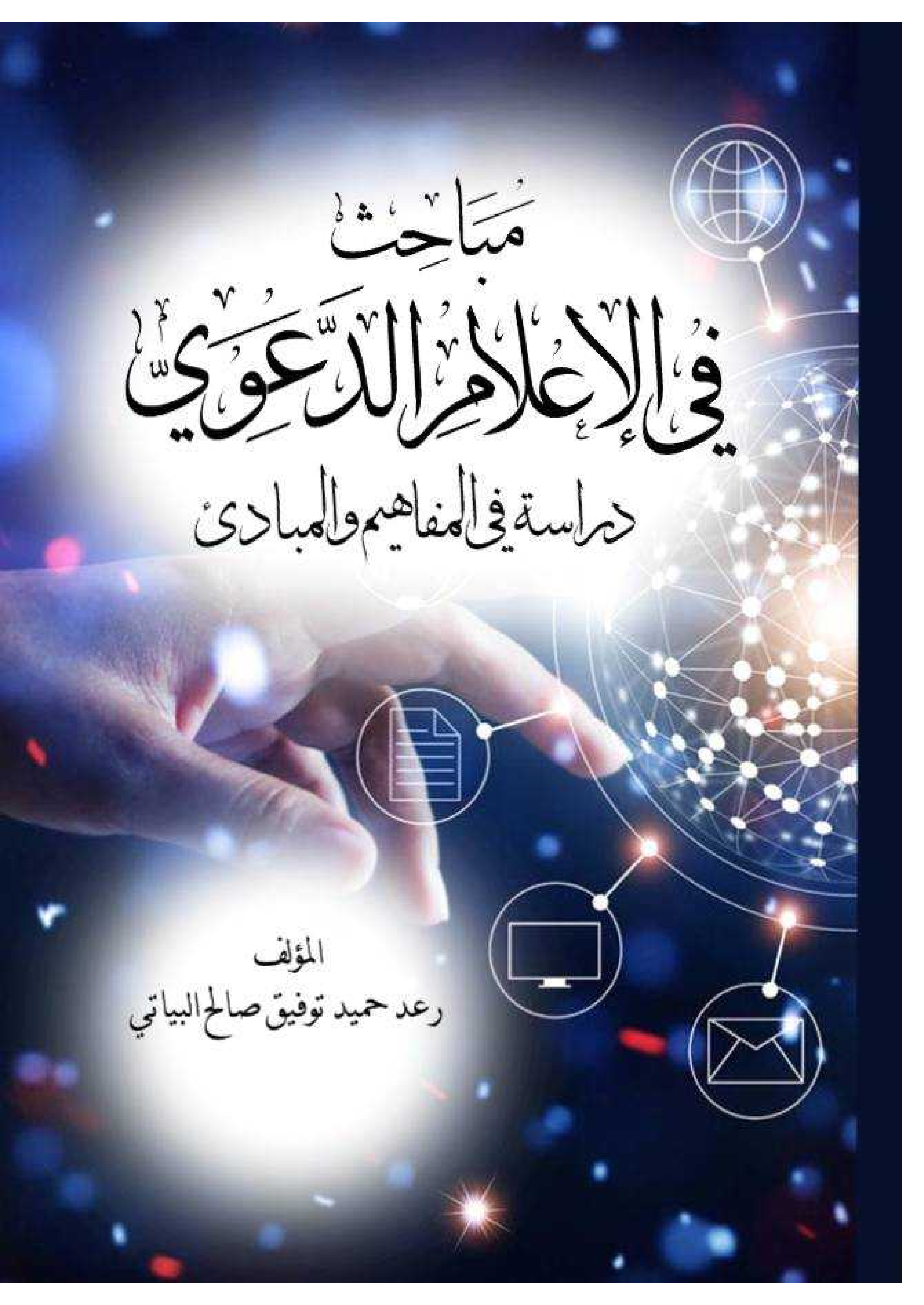

مباحث
في الإعلام الدعوي
دراسة في المفاهيم والمبادئ
المؤلف
رعد حميد توفيق صالح البياتي



مباحث في الإعلام الدعوي

دراسة في المفاهيم والمبادئ

مباحث في الإعلام الدعوي

-دراسة في المفاهيم والمبادئ-

تأليف: أ.د. رعد حميد توفيق البياتي،

مكتب شمس الأندلس للطباعة والنشر،

الطبعة الأولى، بغداد، ٢٠٢١.

عدد صفحات الكتاب: ٨٤

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد

(١١٨٠) لسنة ٢٠٢١

الإعداد الإلكتروني والتصميم والطباعة

في مكتب شمس الأندلس للطباعة الرقمية

والتصميم والنشر

بغداد/الأعظمية



الطَّبعَـةُ الأَولـى

١٤٤٢هـ - ٢٠٢١م

مباحث في الإعلام الدعوي

دراسة في المفاهيم والمبادئ

المؤلف

رعد حميد توفيق صالح البياتي



الإهداء

إلى: الحبيب المصطفى سيدنا محمد ﷺ.



المقدمة:

الحمد لله ذي المنة والإنعام المتفضل بالابتداء والاختتام أسبغ نعمه علينا ظاهرة وباطنه، تتوالى على الدوام خ ًلقا وخُلقا، وتبارك الله ذي الجلال والإكرام، والصلاة والسلام على سيدنا محمد ﷺ سيد الأنام، اشرف المخلوقات الذي كان خُلقهُ القرآن، فما من خُلقٍ رفيع ولا فضيلة نُشرت، إلا وله نسبتها واصلها ومادتها، وعلى آله وصحبه وسلم.

فلم تتوقف قوافل الدعاة إلى الله تعالى عن العمل بالإسلام يوماً متمثلين بهدي القران الكريم وسنة النبي الأمين ﷺ، منذ أن قام الإمام القدوة وخاتم الرسل والأنبياء داعياً إليه ومبشراً به وجامعاً الناس حوله في صحراء كان سكانها في جهالة يعبدون الأصنام، فصاروا مؤمنين بالدعوة، كما جاءت دعوته الخالدة تخاطب وتتفاعل مع الفطرة ومع العقول والقلوب، والله الذي انزل الإسلام على رسوله ﷺ ليدعو إليه ويبشر به، ويربي الناس على العمل به وله، جامعاً المؤمنين في دوحته وواحته، يتعالون فوق ما يخدش ويشين، متحلين بكل ما يُجمّل ويُزين، وبعد أن شهد العالم في مطلع القرن الحادي والعشرين تغيرات وتحولات كبيرة في الوسائل التقنية والأساليب الإعلامية، من اجل التأثير والإقناع، انعكس دورها على حركة المجتمع السياسية والفكرية والاجتماعية، إذ برزت ملامحها، في تحولات أدت إلى حدوث انفجار معرفي متسارع الإيقاع أنتج للعالم كمّاً هائلا من المعارف، وثورة تقنية متجددة بما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة ومستديمة، وطرق في العمل غير مسبوقة لم تعرفها البشرية من قبل، وما فرضته ثورة الاتصالات من سرعة تقنية تتمثل في نقلها أشكالاً ونماذجاً متعددة من الأفكار والثقافات من مجتمع إلى آخر، كلها أدت إلى حدوث تغيرات في الحياة الفكرية والسياسية والاقتصادية، والدينية والحضارية وفي مظاهر العادات والقيم الاجتماعية التي تتمثل في صراع الأجيال وتزاوج الأفكار والثقافات، وفي عمليات الفرد والتتابع الثقافي.

وها نحن نرى جيل الدعوة المعاصرة يسير على خطى سلفه الراشد، كزرع أخرج شطأه فآزره فاستغلظ فاستوى على سوقهِ، شاهدين في كل أرجاء العالم إن الله مُتم نوره ولو كره المشركون، وأنهم الفتية الذين كنت المحهم بعين الخيال قادمين، فوجدتهم في واقع الحياة قائمين مجتهدين في سبيل الله بأموالهم، وأنفسهم، مؤمنين في قرارة أنفسهم إنَّ العزة لله ولرسولهِ والمؤمنين.

إنهم الفتية الذين كانوا في الخيال أمنية فإذا بهم حقيقة وواقع، بل حقيقة أعظم من الخيال، وواقع اكبر من الآمال انبثقوا من ضمير الغيب انبثاق الحياة من ضمير العدم والنور من خلال الظلام.

وهذا كله عُدّ من دعاوي التأليف لهذا الكتاب المختصر بعد ان رحت أفاضل بين الموضوع والآخر على أسس تهم حال المسلمين والدعوة إلى الله اليوم، وكلما استقرت النفس على موضوع بُكرة حادت عنه عشية إلى أن هداني الله تعالى إلى موضوع (مباحث في الإعلام الدعوي – دراسة في المفاهيم والمبادئ–)، وصَمَدت في نفسي فكرة البحث في هذا الموضوع حيث يدعمها واقع المسلمين واحتياج الدعاة للإحاطة اكثر في هذا التخصص الحيوي المهم ؛ لأننا بحاجة ماسة فعلاً إلى توضيح مفاهيم الإعلام والإعلام الإسلامي والدعوة، وكيفية تسخير الوسائل المعاصرة للعمل بها، مستأنسين بالأدوات المعاصرة في التأثير والإقناع غير مغالين في التقليد المتصلب حول قضايا باتت ترسم مآلات مصائر أديان وعقائد ومذاهب ومبادئ ، داعين الله سبحانه وتعالى ان يكون العمل خالصا لوجهه الكريم.

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

د. رعد حميد توفيق صالح البياتي

١٥/شعبان/١٤٤٢هـ الموفق:٢٨/ ٣/٢٠٢١م

مبحث تمهيدي

موقع علم الدعوة إلى الله والإعلام الديني من العلوم الإسلامية الأخرى

إنّ الناظر في طبيعة ونشأة العلوم الإسلامية المتعددة يجدها ترجع إلى أحد أمور ثلاثة جاء بها الإسلام، وهي:

١. المِلّة
٢. والشريعة
٣. والمنهج

التي يجمعها اصطلاح (دين) أو (إسلام).

وقد تعبَّد الله عز وجل عبادَه بهذه العلوم جميعاً، وبَيَّن أن الملة واحدة، والشرائع والمناهج متعددة، فقال سبحانه مبيناً وحدَة الملة:﴿ قُلْ إِنَّنِي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ دِينًا قِيَمًا مِّلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ قُلْ إِنَّ صَلاَتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ لاَ شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَاْ أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ﴾

وقال أيضاً:

﴿ إِنِّي تَرَكْتُ مِلَّةَ قَوْمٍ لاَّ يُؤْمِنُونَ بِاللّهِ وَهُم بِالآخِرَةِ هُمْ كَافِرُونَ وَاتَّبَعْتُ مِلَّةَ آبَآئِي إِبْرَاهِيمَ وَإِسْحَقَ وَيَعْقُوبَ مَا كَانَ لَنَا أَن نُّشْرِكَ بِاللّهِ مِن شَيْءٍ ذَلِكَ مِن فَضْلِ اللّهِ عَلَيْنَا وَعَلَى النَّاسِ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لاَ يَشْكُرُونَ﴾

كما قال الله تعالى مبيناً تعدُّدَ الشرائع والمناهج:

﴿لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا وَلَوْ شَاء اللّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِن لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَآ آتَاكُم فَاسْتَبِقُوا الخَيْرَاتِ إِلَى الله مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ﴾

ويكفي هنا أن نعلم بأن دراسة (الملة) أصبحت من اختصاص أقسام العقيدة في الجامعات الإسلامية اليوم، كما أن دراسة (الشريعة) أصبحت من اختصاص أقسام

الكتاب والسنة، وأقسام الفقه والأصول، وأصبحت دراسة (المنهج) من اختصاص أقسام الدعوة.

إن هذه الدراسات جميعها تمثل دراسة الدين الواحد الذي يشمل كُلّاً من الملة والشريعة والمنهج.

لهذا، أي فَصْلٍ كامل بين هذه الدراسات، أو العناية بواحدة منها على حساب الأخرى، يُعدَّ فصلاً بين أجزاء مترابطة، لا يصح الدين ولا يكمُل ولا يَسْلَمُ إلا بها جميعاً.

فإن مثل الملة والشريعة والمنهج، مثلُ الماء الصافي الذي ينبع من مكان معين، ثم يمشي في جداول وسواقي يروي الأرض، وينبت الزرع، ويستقي منه الناس.

فأصل النبع ومكانه يمثل (الملّة الواحة الثابتة)، والماءُ المتدفق الجاري الذي يروي الأرض وينبت الزرع ويستقي منه الناس، يمثل (الشريعة الكاملة المستمرة...) والجداولُ والسواقي المنتشرة هنا وهناك، والتي يجري الماء في إطارها، ويتمكن الناس بسببها من الاستفادة من الماء على وجه متكامل صحيح، تمثل المنهج الواضح.

لهذا كانت مكانة الدعوة بين العلوم الأخرى مهمة لا غنى عنها، فقد ذكر الله تعالى جماعة من الأنبياء صلى الله عليهم وسلم في سورة النساء، فقال: ﴿ رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَمُنْذِرِينَ لِئَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا﴾ سورة النساء: ١٦٥، فبين تعالى في هذه الآية وظيفتهم، وهي دعوة الناس إلى الله تعالى تبشيرًا بالخير وتحذيرًا من الشر، قال تعالى لنبينا محمد ﷺ:﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا. وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا﴾ سورة الأحزاب:٤٥-٤٦؛ ثم أمره أن يبين لأمته أن هذه وظيفته ووظيفة أتباعه، فقال تعالى: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ سورة يوسف:١٠٨، فالرسل وأتباعهم مأمورون بدعوة الناس إلى توحيد الله وطاعته، وإنذارهم عن الشرك به ومعصيته، وهذا مقام شريف،

ومرتبة عالية لمن وفقه الله تعالى للقيام بها على الوجه الذي يرضي الله تعالى، قال تعالى: ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إلى اللهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ سورة فصلت: ٣٣. ولما عرف الصالحون شرف هذه المهمة حرصوا عليها، فلم يسيروا إليها مشيًا بل سعوا لها سعيًا، قال تعالى: ﴿وَجَاءَ مِنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ رَجُلٌ يَسْعَى قَالَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ﴾ سورة يس:٢٠، روى مسلم في صحيحه من حديث سهل بن سعد رضي الله عنه قال لعلي لما أرسله لقتال اليهود في خيبر: (نفذ على رسلك حتى تنزل بساحتهم ثم ادعهم إلى الإسلام وأخبرهم بما يجب عليهم من حق الله فيه فوالله لأن يهدي الله بك رجل واحدًا خير لك من أن يكون لك حمر النعم) (صحيح مسلم:٢٤٠٦). وروى مسلم في صحيحه من حديث أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: (من دعا إلى هدى كان له من الأجر مثل أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئًا) (صحيح مسلم:٢٦٧٤)، فتأمل أخي هذا الفضل العظيم، فإن الداعي إلى الله يجري له ثواب من أهتدى بدعوته وهو نائم في فراشه، أو مشتغل في مصلحته؛ بل إن ذلك يجري له بعد موته، لا ينتهي ذلك إلى يوم القيامة.

الفصل الأول

مكانة علم الدعوة إلى الله بين العلوم الأخرى

المبحث الأول: تحديد المصطلحات

المطلب الأول: مفاهيم الإعلام الديني:

أولا: الاتصال: هو محور الخبرة الإنسانية، فيه تختفي المسافات الطويلة التي تفصل الشعوب، ففيه يقدر الإنسان عن التعبير عن نفسه وعن أفكاره وقد ظهرت هذه القدرة منذ العصور الأولى في تاريخ البشرية حينما ابتكر الإنسان بتعليم الله له للرموز الصوتية التي يتصل بواسطتها بالآخرين.

يطلق على عملية مشاركة الأفكار والآراء والخبرات والقيم وسائر المعلومات الأخرى بين الناس عبر أسلوب وسلوك إنساني أو كوني، هو: الاتصال (communication) وهو للإنسان بصورة خاصة نشاط أساسي، وهو يترجم على ما نقوم به يوميا في حياتنا من مظاهر مختلفة.

وهذه العملية قد مارسها الإنسان منذ بدء الخليقة، واستعان على استعمالها في البدء بأصوات وإشارات وحركات وعلامات للتعبير عن نفسه والاتصال بالآخر، كما تنسحب هذه العملية على الحيوانات التي تقوم بعملية التواصل عبر سلوك نشاهده من الملموس العادي، في حين هناك اتصال غيبي كاتصال الملائكة في ما بينهم مع ربهم واتصالنا نحن البشر مع الخالق فمن جهته ﷻ إرسال القرآن الكريم، ومن جهتنا الدعاء، وهو عملية تواصلية، ولكن بأطر ومقاييس مختلفة لا تسري على ما يجري بين البشر، فهذه العملية لا يمكن الاستغناء عنها ولا حياة بدونها، فالاتصال يوصف بأنه فعّال ويسري هذا المصطلح حينما يكون المعنى الذي يقصده المرسل هو الذي يصل بالفعل إلى المستقبل، فهو أساس كل تفاعل إنساني روحي وما ينطوي تحتهما من مفاهيم.

ومن جانب العملية الإنسانية، يعرّف الاتصال، بأنه: عملية ربط مقصودة بين طرفين مرسل ومستقبل لتأدية وظيفة محددة في إطار النشاط الإنساني، وهو عملية اجتماعية إنمائية وغايتها هي حصول الفرد والجماعة على المعلومات والمعارف، وعلى هذا يكون الاتصال: تشارك بين جهتين بهدف محدد عبر وسيلة محددة وأسلوب مفهوم عند المرسل والمستقبل.

ثانيا: الإعلام : يذهب الباحث هادي نعمان الهيتي (إلى إن مصطلح الإعلام يشير إلى معنيين يشمل الأول: جميع أنواع أنماط الاتصال، بينما يقتصر الثاني: على وظيفة واحدة من وظائف الاتصال ألا وهي وظيفة الإخبار والإبلاغ)، ومن هنا يعد الاتصال: مفهوماً[١] أوسع من الإعلام، فالاتصال يشمل أي عمليه تؤدي إلى التشارك، وتبادل الأفكار وإيصال المعلومة، في حين أن الإعلام ما هو إلا نمط من أنماط هذا الاتصال، وهو فرع منه إلى جانب الدعاية أو الدعوة والعلاقات

---

[١] المفهوم: من فهم: الصورة الذهنية للألفاظ، وهو المعنى المستفاد من اللفظ تلميحا لا تصريحا، وهو على أنواع:

١) مفهوم الأولى: ثبوت حكم الأصل في الفرع لكون العلة فيه أظهر.

٢) مفهوم الموافقة: أن يكون المسكوت عنه موافقا للمنطوق في الحكم، ويسمى ب " فحوى الخطاب ".

٣) مفهوم المخالفة: أن يكون المسكوت عنه مخالفا للمنطوق في الحكم ويسمى ب " دليل الخطاب ".

٤) مفهوم العدد: أن يقترن بعام عدد نحو (لا تحرم المصة ولا المصتان).

٥) مفهوم الصفة: أن يقترب بعام صفة خاصة.

٦) مفهوم الشرط: أن يقترن بعام شرط خاص.

٧) مفهوم اللقب: تخصيص اسم غير مشتق بحكم.

٨) مفهوم الغاية: أن يقترن بعام ما يدل على الغاية.

العامة والإعلان والحرب النفسية، (والإعلام اخص من الاتصال من حيث انه يدل على تدفق الرسائل الإعلامية باتجاه واحد من المصدر إلى المستقبل بهدف الإعلام).

ويعرف الإعلام بصورة عامة كما وجد في كتب اللغة على انه مصدر للفعل (أعلم)، وهو رباعي مأخوذ من العلم الذي هو إدراك الشيء على حقيقته، وأعَلمتهُ وعلّمته، في الأصل واحد إلا إن الإعلام اختص بما كان بالإخبار السريع، والتعليم: هو ما اختص بما كان تكراراً وتكثيراً، حتى يحصل منه اثرٌ في نفس المتكلم.

في حين أن اغلب المؤلفين فيه لم يتفقوا على تعريف يعطي مفهوماً يحسن السكوت عنده وكما هو معلوم أن تعريفات العلوم لا تستقر ولا تتبلور إلا بعد استيعاب أغلب جوانبها المختلفة واستكمال الاتفاق على أسسها ومبادئها

لذلك يصعب تحديد تعريف لفظة الإعلام تحديداً أكاديمياً جامعاً لاختلاف ميادين تداولاته التقنية والثقافية والعلمية والشعبية دون التوصل إلى تحديد تعريف دقيق لها

وقد عرفه إبراهيم إمام بأنه:(نشر الأخبار والمعلومات والآراء على الجماهير)، وقال أيضاً: (بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والثقافية والسياسية).

ولكن اوتوجورت الألماني عرفه بأنه (التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه)، ونفهم من هذا التعريف أن الإعلام له دور الناقل بصورة موضوعية، وليس هو تنظير من جانب الإعلامي.

وهو: مهمة للإنسان يقوم بها لخدمة الإنسان والإنسانية، ويقوم بجمع ومعالجة وتخزين ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والاجتماعية.

ثالثا: التعريف بمصطلح الدعوة

الدعوة لغة: مصدر للفعل الثلاثي دعا، تقول: دعا يدعو دعوة ودعاية، وهي مأخوذة من الدعاء وهو النداء لجمع الناس على أمر ما وحثهم على العمل به كما هي الدعوة إلى قضية يراد إثباتها او الدفاع عنها حقا كانت ام باطلاً، فجاء استعماله بالحق كما في قوله تعالى﴿لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِهِ لا يَسْتَجِيبُونَ لَهُمْ بِشَيْءٍ ﴾، وقوله تعالى ﴿وَادْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَى هُدىً مُسْتَقِيمٍ﴾وقول الرسول ﷺ في كتابه لهرقل(ادعوك بدعاية الإسلام)

أما مجيء الدعوة في الباطل قوله تعالى ﴿ قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ ﴾وقوله تعالى﴿ أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ﴾، وقول النبي ﷺ (مَا بَالُ دَعْوَى أَهْلِ الْجَاهِلِيَّةِ).

كما جمع الاستعمالين في قوله تعالى﴿ وَيَا قَوْمِ مَا لِي أَدْعُوكُمْ إِلَى النَّجَاةِ وَتَدْعُونَنِي إِلَى النَّارِ﴾ وقول الرسول ﷺ (وَيْحَ عَمَّارٍ تَقْتُلُهُ الْفِئَةُ الْبَاغِيَةُ يَدْعُوهُمْ إِلَى الْجَنَّةِ وَيَدْعُونَهُ إِلَى النَّارِ).

ويظهر مما تقدم أن الدعوة في اللغة تأتي ويراد بها معان عدة منها.

١. النداء: وهي النداء للمشاركة في شيء، أو هي تجمع على شيء، يقال دعا فلان فلاناً إذا ناداه ومنه الدعوة للصلاة أي الدعوة إليها، وقد ذكر الله تعالى المعنى بقوله ﴿ وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ تَقُومَ السَّمَاءُ وَالْأَرْضُ بِأَمْرِهِ ثُمَّ إِذَا دَعَاكُمْ دَعْوَةً مِنَ الْأَرْضِ إِذَا أَنْتُمْ تَخْرُجُونَ﴾، ومنه ما جاء في الحديث (من قال حين يسمع النداء، اللهم رب هذه الدعوة التامة والصلاة القائمة).

٢. البيان والتبليغ: جاء في القرآن الكريم ﴿ لِكُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنْسَكاً هُمْ نَاسِكُوهُ فَلا يُنَازِعُنَّكَ فِي الْأَمْرِ وَادْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَى هُدىً مُسْتَقِيمٍ﴾ ومنه قوله تعالى ﴿ لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِهِ لا يَسْتَجِيبُونَ لَهُمْ بِشَيْءٍ إِلَّا كَبَاسِطِ كَفَّيْهِ إِلَى الْمَاءِ لِيَبْلُغَ فَاهُ وَمَا هُوَ بِبَالِغِهِ وَمَا دُعَاءُ الْكَافِرِينَ إِلَّا فِي ضَلالٍ﴾.

٣. السؤال والترجي: يقال الدعوة، أي: ابتهال إلى الله بالسؤال والرغبة فيما عنده من الخير، قال تعالى ﴿وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ﴾، ومنه ما جاء في الحديث حينما سئل النبي ﷺ عن أول بدء أمره فقال:(دعوة أبي إبراهيم وبشرى عيسى ورأت أمي أنه يخرج منها نور أضاءت منه قصور الشام).

٤. التسمية: قال تعالى ﴿قُلِ ادْعُوا اللَّهَ أَوِ ادْعُوا الرَّحْمَنَ أَيّاً مَا تَدْعُوا فَلَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى﴾،يقال دعاه زيداً وبزيدٍ، أي سماه بهذا الاسم.

٥. الدعوة إلى الطعام، يقال كنا في دعوة فلان، ومدعاةِ فلان.

٦. الاستعانة: قال تعالى ﴿وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِمَّا نَزَّلْنَا عَلَى عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّنْ مِثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾، أي استعينوا واستغيثوا به.

٧. العبادة قال تعالى ﴿وَأَعْتَزِلُكُمْ وَمَا تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَأَدْعُو رَبِّي عَسَى أَلَّا أَكُونَ بِدُعَاءِ رَبِّي شَقِيّاً﴾، أي اعبده.

٨. وتأتي يراد بها النسب كما قال تعالى ﴿ادْعُوهُمْ لِآبَائِهِمْ هُوَ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ فَإِنْ لَمْ تَعْلَمُوا آبَاءَهُمْ فَإِخْوَانُكُمْ فِي الدِّينِ وَمَوَالِيكُمْ وَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ فِيمَا أَخْطَأْتُمْ بِهِ وَلَكِنْ مَا تَعَمَّدَتْ قُلُوبُكُمْ وَكَانَ اللَّهُ غَفُوراً رَحِيماً﴾.

أي: انسبوهم لا بائهم، وقال تعالى ﴿أَنْ دَعَوْا لِلرَّحْمَنِ وَلَداً﴾، أي: نسبوا.

١٠.الاستمالة: ومنه داعية اللبن، وهو ما يترك في الضرع ليدعو ما بعده، وفي الحديث عن ضرار بن الأزور رضي الله عنه قال: أتيت النبي ﷺ بلقوح من أهلي فقال لي: (احلبها فذهبت لأجهدها فقال: لا تجهدها دع داعي اللبن)، أي: أبقِ شيئاً في الضرع، ولا تجهد في الحلب.

١١. الطلب: يقال دعا بالشيء طلب إحضاره، ودعا إلى الشيء حثه على قصده، يقال: دعاه إلى الصلاة ودعاه إلى القتال، ودعاه إلى الدين وإلى المذهب، حثه على اعتقاده وساقه إليه.

وقيل تأتي بطلب جلب الناس إلى جهة أو توجه، وإنْ كان باطلاً ومكروهاً، ومن ذلك تعريف الدعاة بأنهم (قوم يدعون إلى بيعة هدى أو ضلالة واحدهم داع)، قال تعالى ﴿يَوْمَ يُدَعُّونَ إِلَىٰ نَارِ جَهَنَّمَ دَعًّا﴾، ويقال: الدعوة إلى جلب الناس إلى قضية يراد إثباتها، أو الدفاع عنها سواء حق أو باطل، اما هنا فيشار إلى أن الدعوة الإسلامية تكون دائما بالحكمة.

والأصل في مفهوم الدعوة أنه يعتمد على البيان والكلام، كما ذكر صاحب مقاييس اللغة إذ قال:(دعو أصل واحد، وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك)

الدعوة اصطلاحاً:

من المعلوم أن الرسالات السماوية السابقة قد مهدت لمجيء الإسلام، فقال رسول الله ﷺ (إِنَّ مَثَلِي وَمَثَلَ الْأَنْبِيَاءِ من قَبْلِي كَمَثَلِ رَجُلٍ بَنَى بَيْتًا فَأَحْسَنَهُ وَأَجْمَلَهُ إلا مَوْضِعَ لَبِنَةٍ من زَاوِيَةٍ فَجَعَلَ الناس يَطُوفُونَ بِهِ وَيَعْجَبُونَ له وَيَقُولُونَ هَلَّا وُضِعَتْ هذه اللَّبِنَةُ قال فَأَنَا اللَّبِنَةُ وأنا خَاتِمُ النَّبِيِّينَ)، ومهمة الدعوة هي عمل إعلامي بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى، فهي عمل إعلامي والإعلام كان ولا يزال أداة هذا الدين الجالب إليه، ودعامته الرئيسة في المجتمعات كلها.

لذلك فالدين الإسلامي دين دعوي والدعوة مورست بكافة أحوالها منذ القدم للتأثير في نفوس الآخرين لأهداف وغايات في نفس الداعية، أو لكسب دعم لمجموعة أو مؤسسة، وهذا الأمر أول من استخدمه من المسلمين هو الرسول ﷺ بصورة علنية.

فحينما تطلق الدعوة يراد بها: الحث على الدخول في الإسلام وتعلم تكاليفه، أي: الدخول إلى دين الإسلام وكما يفهم منها هي تبليغ الإسلام والترغيب فيه ودعوة الناس إليه، فقد عرفها كلا من علماء الشريعة وعلماء الاتصال بحسب مضمون الدعوة والهدف منها، وممكن ان نعرف الدعوة تعريفا اجرائيا بانه: جذب المغاير لاعتناق فكر المشابه.

الدعوة حسب تعريف علماء الشريعة(١)

يُعرف الدعوة محمد سعيد رمضان البوطي فيقول: إن الدعوة هي دعوة الأنبياء والرسل الذين بعثهم الله تعالى إلى البشر والتي تقوم بحسب وصفه على أساسين العقيدة والتشريع، وهذا هو تعريف الدعوة من منظور إسلامي بحت متجاوز دور الإعلام في الدعوة وغايات الدعوة الأخرى بعد الإيمان بالله وتصحيح العقيدة، فلا نستطيع الحكم على المجتمع الإسلامي البحت دون محاولة التعمق أكثر وجعل الدعوة تؤدي دور اتصالي بين الشعوب الإسلامية تنشر ثقافات البلدان في ما بينها.

---

(١) نلاحظ أن الإعلام وان كان إسلامي فانه خلاف الدعوة أو الدعاية – والتي سيجري توضيحها لاحقا– ؛ لان الدعوة تكون موجهة لغير المسلمين بدلائل منها:

١. إن الفعل دعا ومشتقاته وتصريفاته التي أوردت في البحث العلمي جاءت في القران الكريم والحديث الشريف وكانت متجهة الى غير المسلمين ، قال تعالى{ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحاً وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ}.
٢. ان الدعوة الى دين الله تعالى التي قام بها الرسول ﷺ والمسلمون اتجهت الى غير المسلمين.
٣. ان المعنى اللغوي لكلمة الدعوة يحمل المعنى الآنف الذكر.
٤. التعريفات التي ذكرت للدعوة تؤكد هذا المعنى.

رابعا: تعريف الإعلام الإسلامي

مما تجدر الإشارة إليه أن الأمة الإسلامية تعيش أياما سوداء مظلمة منذ أن ترك المسلمون منهج ربهم وهدى نبيهم ﷺ، فلما تقاعسوا عن قيادة البشرية في مجال الإعلام بمنهج الله عبر نشره وإيصاله إلى العالم كله وهم مأمورون بهذا حينها جاء غيرهم ليقود البشرية بمنهاج آخر فتاهت الأمة وتخبطت.

والأدهى من ذلك أننا نرى بعض رجالات الفكر والإعلام العربي قد انصهر بفكره وعقله في بوتقة هذا المارد (الإعلام المعادي)، ثم ما لبث أن مثله وتمثله قلباً وقالباً، حتى إننا نرى أفكاره وعلومه انعكاسا تاما للإعلام الغربي، وسبب هذا كله غياب الإعلام الإسلامي الهادف النشط وتركه لدوره القيادي الذي جاء به، فسُلِّمَت القيادة إلى الغرب المعادي للإسلام في كثير من إعلامه.

فمن هذا المنطلق نريد أن نظهر إسلامنا السامي عبر الوسائل الإعلامية وإيصاله للبشرية؛ لأنه رحمة وسكينة للقلوب، إذ نتطلع أن يكون الإعلام الإسلامي الرائد لخدمة هذا الدين، وإعلاء كلمته، ومن هنا ندرس الإعلام الإسلامي، ونحث على دراسته وتعلمه.

وقبل الخوض في تعريف الإعلام الإسلامي يجدر بنا التطرق إلى أن هناك خلطاً كبيراً في المفاهيم لدى معظم الباحثين الذين تصدروا في ميدان الإعلام الإسلامي

(يسعى بعض المفكرين والباحثين في الإعلام والإعلام الإسلامي أن يتدارسوا قضية الإعلام الإسلامي ومسيرته، وأبعاده والكل كان يحاول أن يجد له تعريفاً مقبولاً لمفهوم الإعلام الإسلامي على أنّ البعض يرفض رفضاً باتاً تسمية الإعلام الإسلامي، ويرى البديل الصحيح: هي الدعوة وأنّ الدعوة هي: التعبير الصحيح للإعلام الإسلامي، في حين يرى البعض الآخر أنه لا هذا ولا ذاك بل هو

الاتصال الإسلامي) ، ويرجع التفاوت والخلط في المفاهيم إلى أنّ الذين تناولوا تعريف الإعلام الإسلامي بالدراسة والتحليل ليسوا من ذوي الاختصاص، أي: ليسوا من علماء الاتصال بل وتجد هذا الاختلاف من حيث التعريف عند فقهاء الدين وعند علماء الاتصال.

فنرى بعض الباحثين درس الدين الإسلامي وأصوله وفقهه وحديثه وعرف الإعلام الإسلامي عبر هذه المفاهيم وجعل التعريف يلبي أهداف هذه العلوم فتصادم مع الباحثين الذين عرفوا الإعلام الإسلامي من منظور علماء الاتصال ولم يدرسوا الدين الإسلامي فيأتي بتعريف مغاير لتعريف رجال الدين وكلاهما يكتب في حقله متوهما انه يأتي بشيء جديد ، فنرى اختلاف التعريفات فكل فريق يعرفه بما يراه مناسبا من جهته، ويعتقد أنه يلبي طموحات الحقل الذي يسير فيه ويحقق أهدافه التي يسعى إليها، إذا طبق كما أراد أن يطبق من خلال تعريفه؛ إلا إننا نأخذ التعريفات التي اتخذت من النظرة الإسلامية وعقيدتها هدفاً لها؛ لأنه مطابق لاسم الإعلام الإسلامي كما وان الإعلام الإسلامي يهدف إلى التعريف بهذا الدين الذي هو من واجبات عمله أن ينشر، وأنْ يشارك في معرفته جميع الناس الذين ينطلقون من موقع الباحث عن الحقيقة الصافية؛ ألا وهي الإسلام الحنيف لذلك نقوم بدورنا نحن بنشر هذا الدين، والدعوة إليه بكافة الوسائل والأساليب المتاحة.

لذلك فمصطلح الإعلام الإسلامي غير مفهوم لدى كثير من الإعلاميين رغم شهرة تداول هذا المسمى في كثير من دول العالم الإسلامي ، ومن هذه القاعدة الراسخة لدى أغلب الدعاة والإعلاميين انبثقت تعريفاته والتي قصرت تعريف مهمته على تأثير الإعلام على الناس لاعتناق هذا الدين المتين .

وبناء على ما تقدم سأعرض بعض التعريفات التي وضعها الباحثون، والتي منها: أن الإعلام الإسلامي بصفة عامة تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصفة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة

إعلاميــة دينيــة متخصصــة، أو عامــة بواســطة قــائم بالاتصــال لديــه خلفيــة واســعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته، وعبادته ومعاملاته، أي كل ما من شأنه أنْ يدخل في معتقد المتلقي للإعلام الإسلامي وتزويده به، وهذا التعريف عليه مآخذ، فمن ناحية أنه يوكل أمر التزود إلى رسالة واحدة، وهي العقيدة وما يتعلق بها من الإعـلام بالإسـلام إلا أنـه لا تعـد رسـالته الوحيـدة؛ لـذلك إذا أردنا لهـذا التعريـف الكمال، فيجب أن يشمل الأنشطة الإعلامية كافة في المجتمع الإسلامي والدولي.

وقال آخر: إن الإعلام الإسلامي هو: بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأسـاليب والوسـائل العلميـة المشـروعة مـع كشـف وجـوه الباطـل وتقبيحـه بالطـرق المشروعة، وذلك بقصد جلب العقول إلى الحق وإشراك الناس في نوال خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل، وإقامة الحجة عليهم ، وهذا ما تعنيه الآية القرآنية: ﴿ وَلا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾، وقوله تعالى:﴿ وَلا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾ ، وهذا التعريف شامل؛ لتوسعه واستيعابه لأغلب مفاهيم الإعـلام؛ ولأنـه دقيـق في التصـور لماهيـة الإعـلام الإسـلامي كمـا أنـه لا يقتصـر علـى المسـلمين فقـط بـل يـدخل في مسـمى النـاس، وهـذا يعـد أفضـلية للإعـلام الإسـلامي على غيره.

كما ويعرف بأنه: فن إيصال الحق للناس قصد اعتناقه والتزامه، وفن كشـف الباطـل ودحضـه قصـد اجتنابـه، فهـو بنـاء وتحصـين ، وبمـا أن الإسـلام ديـن الحـق والصـواب ومـا تبعـه فـردٌ إلا ونجـا وارتقـى إلى سؤدد المجـد وابتعـد عـن مهـاوي الإذلال والمهانة، وهذا الدور اضطلع به الإعلام الإسلامي فجاءوا بالهداية وتقويم الفرد على الصراط المستقيم، وأنقذه من الباطل وأهله واتجه به إلى محبة الله وعباده الصالحين.

وعلى هذا الأساس تقوم الفكرة التي تقول: إن هذا النوع من الإعلام التزم توجهـاً واحـداً، وهـو نشـر الإسـلام ومـا يتعلـق بـه؛ لـذلك نظـروا إليـه نظـرة إعـلام

متخصص، كالإعلام الزراعي، والإعلام الصحي، فنظر بعض الباحثين إلى أنَّ الإعلام جاء مقصوراً على إيضاح أمور دينية ضمن برامج دينية أو وسائل إعلامية متخصصة ، وهذا الأمر لا نرتضيه لإعلامنا وهو في الوقت نفسه إعلام السائرين على درب الصواب الذين يرومون الوصول إلى الحقيقة والمعرفة المطلقة سواء أكانوا مسلمين أو غيرهم.

فلا نعتقد صوابهم حينما قالوا بأنه: يقصد به إعلام ديني فقط ، وفي هذا قصد إكراه العقول والقلوب لاعتناقه، كما لا نعتقد بذلك؛ لأنه دين إنساني جاء يناغي واقع المجتمعات والفطرة السليمة، كما ذهب بعض المسلمين وجاراهم خبثاء المستشرقين حين ذكر أحدهم: إن الإسلام لم يدعُ إلى العلم بمفهومه العام، ولكنه دعا إلى علم الدين، وذلك ليجرد الإسلام من فضيلة الدعوة إلى العلم المعاصر ونسي القائل، أن النبي ﷺ يحث على العلم، فعن زيد بن ثابت قال: قال لي رسول الله ﷺ (أتحسن السريانية؟ فقلت: لا. قال: فتعلَّمْها فإنه يأتينا كتب فتعلَّمتُها في سبعة عشر يوماً)،لذلك نرى الرسول ﷺ يأمر أصحابه بتعلّمْ اللغات المجاورة كالسريانية والعبرانية فتعلموها، ونراه يدعو إلى إعمال العقل والبحث فيه لما يوصل إلى الإدراك الكامل لكل معلوم.

وكانت مجالس رسول الله ﷺ أسوة طيبة للمجالس العلمية، ولحلقات العلم التي كثرت واتسعت مع اتساع رقعة البلاد الإسلامية وهي قد شملت العلوم كافة، حيث كان يسأل السائل ويجيبه العالم عن السؤال بغض النظر عن مضمون سؤاله، وهذا ما فعله علماء العصور المتلاحقة في بيان أحكام الإعلام الإسلامي وتثقيف للمسلمين، كما أن الإعلام الإسلامي أشمل من مفهوم الإعلام الدولي بالمصطلح الحديث؛ وذلك لأنَّ كثيراً من آيات القرآن الكريم تؤكد على مبدأ احترام الإنسانية بوصفها قيمة عليا يجب رعايتها والتحذير من عدم الاهتمام بها، قال تعالى ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً﴾ ،

وقد جاء الإعلام الإسلامي يؤكد هذا المعنى ويتمسك به فهو متوجه إلى الإنسانية جمعاء.

ويعرف الإعلام الإسلامي بأنه(جهد فني علمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قِبل قائِم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها ويستهدف الاتصال بالجماهير العامة وهيئاته الفرعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع وذلك بتكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته) ،وبتركيز أكثر على منهجية الإعلام الإسلامي يعرف بأنه (استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به، مسلمون، عالمون، عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وبوسائل متطورة للإنسانية بصورة عامة بهدف التوعية والإرشاد ولإحداث التأثير المطلوب في المستقبل) .

وهذا ما نطمح إليه ونتمنى على إعلامنا تطبيقه والعمل به واتباع خطواته بمراحل هادفة مدروسة ومنهجية صحيحة ودافع متزايد إلا أننا نصاب بخيبة أمل حين نشاهد بعض الفضائيات غافلة عن مفاهيم كثيرة يجب تطبيقها عند العمل في مجال الإعلام الإسلامي، فيؤدي ذلك إلى إعراض الناس عنها والبحث عن غيرها من الفضائيات أكثر واقعية وأكثر اعتدالاً فكرياً وعقائدياً وإنسانياً.

وبعد كل ما مر من تعريفات نضع التصور التالي الذي يقول: إن الإعلام بصورة عامة عُرّف من الباحثين، كُلٌ بحسب فهمه وواقعه الاجتماعي والاقتصادي أو غير ذلك من الحالات التي تفرض على الباحثين تعريفه على هذا النحو، وقسمٌ عرّفه بحسب المضمون ومادة الإعلام، وهذا في تعريف الإعلام حين نضيفه إلى مضمون ديني إسلامي أو يكون العاملون فيه مسلمين حينئذ يكون هذا الإعلام إسلامياً؛ لأنه جاء من رحم ما يريده الجمهور المتلقي لهذا الإعلام.

لذلك نراه يأخذ الصفة أو الصبغة الإسلامية ميزاناً للتعريف به حين (يعالج قضايا الحياة وأحداثها من منظور إسلامي استنادا إلى القرآن الكريم والسنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر تشريعية، وتقدم هذه القضايا والأحداث للجماهير بلغة مناسبة وباستخدام الفنون الإعلامية الملائمة والإفادة من كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة)، وهذا ما يميز الإعلام الإسلامي عن غيره من الإعلام العام، حيث انطلق من مفاهيم إسلامية تلائم هذه المجتمعات وتأتي مطابقة لهوية تلك المجتمعات وتلكم الشعوب التي جاءت ملبيةً لنداء حاجتها إليه ، خلاف ما جاءنا الإعلام الغربي، وما صاحبه من أنماط ومبادئ وقوالب غربية وأردنا تطبيقه على الواقع المسلم، حينما نشاهد التنافر بين هذا الإعلام، وبين الجمهور الذي لا يرى فيه الموجه الحقيقي، لما يحتاج إليه في حياته اليومية، ومتطلباته، ومسيرته، ورسالته إشباعاً لحاجاته.

وبعد كل ما تقدم من تعريفات ومآخذ وردود أصبح لدينا خلفية عمّا يجب أن يكون عليه الإعلام الإسلامي، لذلك ننفذ من هذه النقطة لنذكر تعريفاً للإعلام الإسلامي علّه يكون مستوفياً لجزء مما يجب أن يكون عليه الإعلام الإسلامي إن لم يكن أغلبه.

فالإعلام الإسلامي هو: عملية الاتصال والتشارك لجميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتأدية جميع وظائفه المثلى من: إخبار، وإرشاد، وتربية، وترفيه هادف على كافة المستويات، المحلي، والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها، وغاياتها، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام، وفيما يصدر عنه من رسائل، أو مواد إعلامية قولية، أو عملية باستخدام جميع وسائل الإعلام وأساليبه وأجهزته المتخصصة والعامة.

وبما أنَّ الإعلام الإسلامي هو عملية تفاعلية مع عناصر العملية الاتصالية كافة، فهو غير جامد، وخامل بل متجدد، يتفاعل مع الواقع، ويواكب تطوره

واحتياجاته، وإليه أشار القرآن الكريم بقوله ﴿ إِنَّ اللَّهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءاً فَلا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴾ ،وإذا أُريد لأي جهة إعلامية إسلامية النجاح والاستمرار عليها أن تراعي قدر الإمكان النقاط التي دار عليها ما تقدم، وأنْ يكون هذا الإعلام ملبياً لما جادت به المجتمعات إذ لا ضمان لاستمرارية الإعلام، إذا لم يأت ملبياً لاحتياج واقعه، وإذا لم يكن موضوعياً ولم ينتهج منهج الإسلام السمح، والابتعاد عن التطرف الديني، والغلو فيه، بحيث أن كل من يشاهده يرى أن دين الإسلام شديد المنهج والإتباع، كما لا يتمادى في الترفيه غير الهادف ولا يعادي صاحب الأفكار السليمة.

وإذا أردنا معرفة مدى مراعاة الجهات الإعلامية اليوم لهذه النقاط تبين قلة أو ندرة الموجود؛ وذلك لعدم المنهجية في الطرح الإسلامي إلا ما نزر، من المؤسسات الاعتدالية العصرية المتطورة، ورأس الهرم في الإعلام الإسلامي هو إزالة هموم الناس وإيجاد حلول ناجحة لمشكلاتهم في الحياة لقيامه على الحق، وبعده عن الكذب، والخداع والتزوير وصور الافتراء الإعلامي التي دمج بها الواقع الإعلامي في عالم اليوم .

المطلب الثاني: أهداف الإعلام والدعوة الإسلامية

بما أن هذه الأمة التي حباها الله بخاتمة رسالات السماء، قد حملت هذه الرسالة منذ بعثة خاتم الأنبياء (صلى الله عليهم أجمعين) قبل أربعة عشر قرنا، إلا أنها بدأت تضعف وتتهاوى أمام هيمنة الإعلام الغربي المنظم لمحو فكرها، وبعد أن تقاعس المسلمون عن أداء دورهم تجاه هذا الدين.

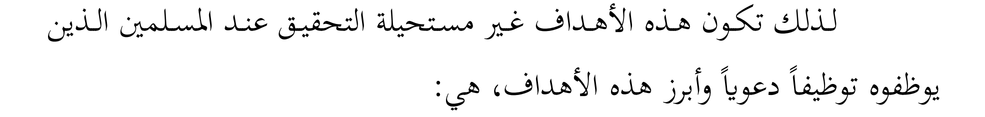
لذا وجب علينا العمل بشكل موحد لتحقيق الأهداف في العالمَين العربي والإسلامي، ولتكون الأهداف المحورية واحدة، ولينبني مفهومها على أننا قوم نحمل رسالة السماء، ونبني الإنسان، وأننا بناة الحضارة، فإننا امة اختارنا الله ﷻ،ولم نختر أنفسنا في هذا العالم، لنجعل أغلب رسالات السماء في أرضنا.

مع العلم أنّ الله ﷻ ما اختار باريس أو الفاتيكان لعيسى ﵇، وما اختار نيويورك لموسى ﵇، ولا اختار إيطاليا لمحمد ﷺ، بل قال تعالى ﴿ اللَّهُ أَعْلَمُ حَيْثُ يَجْعَلُ رِسَالَتَهُ ﴾، وقال تعالى ﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْراً لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ﴾، إذاً لماذا اختار هذه المنطقة لتكون منها كل رسالات السماء؟.

لقد اختارها وهو أعلم بذلك؛ لأنَّ أبناءها يستطيعون حمل هذه الرسالات للعالم أجمع، والقرآن الكريم يقول: ﴿ لا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِنْ رُسُلِهِ وَقَالُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا غُفْرَانَكَ رَبَّنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ﴾ فمن بلادنا انطلقت المسيحية إلى الغرب لتنتشله من شرك الوثنية، إلى مبدأ التوحيد، ومن بلادنا أشرق الإسلام على العالم، ليهزم ظلام الجهل، والشرك ويجعل الإنسان حراً دون عبودية إلا لله ﷻ.

وتأسيساً على ما سبق يجب انطلاق الرسالات الإعلامية الدعوية التي يجب أن تقوم بها المنظمات والمؤسسات الدينية الموحدة على نشر الدين الإسلامي، وتثقيف الناس بمزايا الإسلام ومبادئه الراقية، وهذا هو هدف كل إعلامي، أو داعية يطلب إرضاء الله بنشر دينه، وإيصال عقيدة التوحيد إلى من يجهلها.

ولا بد أن نسعى لوضع أهداف تكون غاية العمل الإسلامي والدعوي، وهو حق مشروع لنا المسلمون أن نضطلع بهذه المهمة لما يوجد في إمكانياتنا من مخزون علمي منطقي يستطيع تحقيق أهداف الإعلام والدعوة على المدى البعيد، وبالنظر إلى الإعلام بأنه سلاح فعّال لا يخفى على أصحاب الثقافة والمعرفة، انه لا يحده مكان ولا ينجو منه أحد ولا يغالبه أحد إلا وغلبه، عبر أساليبه الفنية، ولا سيما إذا كانت المؤسسات القائمة عليه لديها علمية قوية في مجال الإعلام، وطرق التأثير في عقول الجماهير وكسب آرائهم، فيبكونهم تارة ويضحكونهم أخرى، وبهذا يعد الإعلام هو: السلاح الصارم الذي إذا وظفه غير أهله لمصالحهم فهو فيروس خطير يهدد الشعوب المتحضرة.



لذلك تكون هذه الأهداف غير مستحيلة التحقيق عند المسلمين الذين يوظفوه توظيفاً دعوياً وأبرز هذه الأهداف، هي:

١. تجديد الدعوة إلى التوحيد وتحرير العقيدة من مفتريات أعداء الإسلام وفضح العقائد الزائفة والتأكيد على إنسانية الفرد وما تستحقه هذه الإنسانية، وتنقية المجتمع والاهتمام باللغة العربية، وذلك عن طريق تبصير الناس بالصراط المستقيم بما يتفهموه في جميع البلدان وعدم التناسي؛ ولمواكبة التطور الحضاري والتكنولوجي ومحاولة الابتعاد عن التخندق الطائفي أو المذهبي أو الحزبي للوصول بعد ذلك إلى تحقيق الحاكمية لله تعالى على المخلوقات؛ قال تعالى ﴿فَلا وَرَبِّكَ لا يُؤْمِنُونَ حَتَّى يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لا يَجِدُوا فِي أَنْفُسِهِمْ حَرَجاً مِمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيماً﴾، ومن هنا كان بناء الإيمان وترسيخه في النفوس وتجلية معانيه وحقائقه ذا أهمية بالغة لكي تسعد الأمة وتتفجر في أعماقها طاقات الخير والبركة وحتى يستنشق كل فرد شذى الإيمان وعبيره وحتى تحسن الأمة الرجوع إلى الله ﷻ ﴿فَفِرُّوا إِلَى اللَّهِ إِنِّي لَكُمْ مِنْهُ نَذِيرٌ مُبِينٌ﴾.

٢. زيادة رصانة التكاتف الإسلامي والتقارب بين الأطياف الإسلامية وبين تياراتها عن طريق ممارسة إرضاء الجوانب المختلفة وتذويب الخلافات والفوارق المذهبية بواسطة صهرهم جميعا في بوتقة الإسلام الحنيف وشريعته السمحة، وهو معنى حث عليه القرآن الكريم إذ يقول:﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾، ويهدف الإعلام الإسلامي إلى ترسيخ التعارف بين الشعوب وتحطيم الفوارق الطبقية والعرفية والقومية ويحاول أن ينظر إلى الناس جميعاً من دون مسميات أو ألقاب، قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوباً وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾.

٣. تبصير الناس بما يملكه المسلمون من خزينة ضخمة من التراث العربي والإسلامي، مما يحفز الناس على التمييز بين ما هو غث وسمين من كل ما

يصل إليه من علوم ومعارف خارجية وهذا بدوره يضع درعاً واقياً مقاوماً للتيارات الإلحادية والتنصيرية واليهودية، وفضح خبايا ما ينسجه أرباب التيارات المغلفة بغطاء إسلامي وإظهار زيفها ومحاولة مسخها من واجهة الفكر الإسلامي لإظهار وجه الإسلام الحقيقي المشرق الوضّاء.

٤ . تماسك وحدة المسلمين عن طريق حوافز تعزز هذا التماسك ومن أهمها محبة النبي ﷺ ودورها في الإعلام الإسلامي، وظهرت هذه المحبة على شكل توحيد عالمي لا يقيده مكان أو زمان أو لغة أو انتماء، وهذا ما ظهر في الرسومات الأخيرة التي حاولت الإساءة لحضرة الرسول محمد ﷺ، فحين نرى ما فُعل في الأحداث الأخيرة وان كان لا يرتقي لمستوى الطموح الذي كنا نتمناه لكنه يعد تحركا لا بأس به على الصعيد العالمي، وذلك من خلال الحملات التي قامت بالتعريف بمكانة الرسول ﷺ والتفاف الناس على حبه والدفاع عنه بكل ما يملكون، وكلٌ يعبر عما يراه مناسباً، ونرى أن الإعلام الإسلامي يهدف من خلال هذا الفعل إلى تحريك مشاعر الحيطة والحذر لكل ما يمس القيم الإسلامية والرموز الدينية وهذا يؤدي إلى زيادة تمسكه بهذه القيم الإسلامية والرموز وهو في الوقت نفسه تمسك بالإسلام.

٥ . الحفاظ على مسايرة الدعوة والعمل معها على ترسيخها في نفوس الداخلين في الإسلام وتثبيت الإيمان في قلوبهم، والعمل على استمراريتها، وفتح المجال أمامها لتقوم بما يجب من جلب العقول والقلوب إلى الإسلام وتوعيتهم بأمور دينهم.

٦ . التأكيد على موقع العالم الإسلامي ومكانته في إدارة دفة العالم ونجاحه بأن يكون الدين الوحيد الناجح الذي يستطيع إعطاء حلول ومعالجات ناجحة لكل ما يستجد من أحداث ومشاكل وحروب بين الدول عن طريق التوازن الذي هو من سماته، وبين انه متجدد ويساير متطلبات العصور، فالإعلام الإسلامي بذلك (يبحث عن كل ما فيه رخاء ونفع الأمة لينال رضي خالقة

ومثوبة من عنده) قال سبحان وتعالى ﴿وَمَا لِأَحَدٍ عِنْدَهُ مِنْ نِعْمَةٍ تُجْزَى﴾، وليس غاية الإعلام الإسلامي غسل عقول العباد بأكاذيب خرافية وأساطير ما انزل الله بها من سلطان، كما هو في كثير من الأنظمة الإعلامية الحديثة؛ لأنَّ الإعلام الإسلامي إعلام منضبط يعمل بالحق وهو حجته يستند عليها والإعلام هو القوة القاهرة للباطل القامعة لأهله، وهو كل ما يؤدي إلى الخير العام للإنسانية من تدعيم إسلامي وتعميم إسلامي.

٧. إسعاد المجتمع بالإسلام وتعاليمه السمحة المرنة التي ما جاءت إلا ليفوز الناس برضا الله في الدنيا قبل الآخرة، ويحظى الفرد باحترام المجتمع لإسلامه ومبادئه السامية التي يحملها، عن طريق تحسين سلوك النفوس بمداواتها ومعالجتها من أمراضها النفسية التي شوهت فكر المسلم، والتي جعلته يشكك حتى في انتمائه الديني لكثرة ما يتعرض له من انتكاسات يراها في عالمه الإسلامي اليومي، وضربات متلاحقة، فيجد في الإعلام الإسلامي الهادف الناقل له من موقف الدفاع الضعيف المغلوب والذي يريد أصحابه أن يقضوا حياتهم بسلام حتى ولو على إذلالهم إلى موقف العز والحجة والبرهان بالإسلام، لقول عمرو بن العاص ﷺ (إننا قوم قد أعزنا الله بالإيمان ونصرنا بالإسلام فما لنا أن ننزل لأهل الشرك والطغيان).

٨. كما يهدف الإعلام الإسلامي إلى الترفيه عن الجماهير وتخفيف الأعباء عنهم ويقوم بتعليم مهارات جديدة من خلال التواصل مع العوالم الأخرى والتي تحمل ثقافات أخرى ولغات عديدة وفهم ما يحيط بنا من الظواهر والأحداث التي لابد من معرفتها وتحليلها وإبداء رأينا بها.

كل هذا يؤدي إلى إعطاء كيان مستقل للإنسان، له استقلالية في أفكاره غير مُسيّر وراء ما يأتي به الإعلام الغربي من غسل الأدمغة والأفكار.

المطلب الثالث: خصائص الإعلام الدعوي

تُعرّف الخصيصة بأنها: الانفراد، ويقال: خصه بالشيء، يخصه خصاً خصيصي، ويقال: اختص فلان بالأمر، إذا تخصص به وانفرد عن غيره،وخص الشيء خصوصا، ضد عم، أي الانفراد والحصر تقول: خصنا المدير في المكافأة إذا حصر المكافأة علينا، ويقال: تخصص انفرد و صار خاصا، يقال: خصصه فتخصص به، و له انفرد به وله، و يقال: تخصص في علم كذا قصر عليه بحثه و جهده.

قال تعالى ﴿ وَاللَّهُ يَخْتَصُّ بِرَحْمَتِهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ ذُو الْفَضْلِ الْعَظِيمِ ﴾،أي: يفرد ويحصر رحمته في من يشاء من عباده ويقال: المتخصص أي: المنفرد عن غيره.

والخصائص هي الخصال التي تميز الإعلام الإسلامي عما سواه من الإعلام، وينفرد به عن غيره وهذا ما يطابق المعنى اللغوي للكلمة، وإذا أردنا استخلاص خصائص الإعلام الإسلامي، فإننا مضطرون إلى أن نصل لهذا الإعلام، وعلى ماذا يبنى، لذلك يجب الرجوع إلى كتاب الله تعالى؛ لأنه حق ويهدي إلى الحق، وبما أننا واثقون من أن إعلامنا الإسلامي حق؛ لأنه يعين الناس على استبانة المنهج الصحيح ويرشد لاكتشاف المنهج الخاطئ، لذلك فإنه ينفرد عن غيره من بقية نماذج الإعلام المطبقة اليوم، لذلك نريد أن يكون إعلامنا الناطق بالحق، وإنْ لم يكن كذلك نساعد في ذلك عن طريق تقريب منهجيته، لتكون مطابقة للشريعة الإسلامية الناطقة بالحق لذلك نرى انعكاس ذلك على بعض إعلامنا الإسلامي النقي الصادق الهادف، ومن منطلق التأسي بسيرة الرسول ﷺ الذي أُرسل مبشراً، ونذيراً، وأسس لإعلام دعوي يقف عند أسواره جهابذة المصلحين والمنظرين حائرين من الدهشة والذهول، وانعكاسا لهذا الدور الدعوي الإعلامي الذي سار عليه الرسول ﷺ، وسار على نهجه الدعاة اليوم والإعلاميون، والذي يحضرني هنا قول الشاعر حين يشبه انتقال الوراثة في الدعوة إلى من بعده ليقول:

وكلهـم من رسـول الله مـلتمسٌ غرفا من البحر أو رشفاً من الديم

فلولا دعوته ﷺ لما وجد دعوة اليوم، ولا منهج لإعلام ناجح ولذلك سنورد بعض خصائص إعلامنا الإسلامي التي لم تتحقق لغيره وانفرد بها، وهي:

١. إعلام عقائدي: إن من أهم الخصائص التي تميز بها الإعلام الإسلامي كونه عقائديا إلهياً، أي: يهدي إلى تجاوز الدنيا إلى الآخرة عبر ما يدعو إليه من تعاليم وتكاليف إسلامية شرعية فهو يتبنى العقيدة الإسلامية هدفا له، وهذا ما ينفرد به عن غيره من أنواع الإعلام، فكلمة الحق التي يصدح بها الإعلام هي كلمة للآخرة وتدعو إلى وضع الناس في مستوى الإحسان والذي هو مراقبة الله للعبد في كل حال، وهذه هي حقيقة إعلامنا الإسلامي فهو لا يرسل العلوم والمعارف لأجل مكسب دنيوي بل لأجل غايات سامية أخروية، فما كانت مطالبه دنية بل غاياته وأهدافه من ضمن تحصيل العلوم اللّدنية (وهذا ما يميز إعلامنا الإسلامي وارتباطه التام عقيدةً وشريعةً).

فهو (يستمد خطوطه العامة ومنطلقاته ومصادره من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة ويسير على هديهما في معالجة كل الأمور الإعلامية، ونبذ كل ما يتعارض معهما).

٢. إعلام مستقل: فهو لا يقلد تقليداً أعمى ما يراه فيعجب به دون الرجوع إلى ضوابطه الشرعية وتحكيم الشرع، أو الحكمة في نقله للخبر، قال تعالى ﴿وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِينٍ﴾ فلا يبنى فكره وثقافته على الظن قال تعالى ﴿وَمَا يَتَّبِعُ أَكْثَرُهُمْ إِلا ظَنّاً إِنَّ الظَّنَّ لا يُغْنِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئاً إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِمَا يَفْعَلُونَ﴾.

كما انه ليس ذا كيان متقلب ويداهن على حساب الحق والصدق، ولا يقوم على مجاملة السلطان وان كان على خوف وذلك عملاً بالحديث (لاَ طَاعَةَ لِمَخْلُوقٍ فِي مَعْصِيَةِ اللَّهِ ﷻ)، وقوله:(قل الحق ولو كان مرا، ولا تخف في الله لومة لائم).

٣. إعلام مرن وملتزم بالأخلاق: فالإعلام الإسلامي صاحب صفة تغلب بها على غيره من أنواع الإعلام ألا وهي المرونة التي ما برحت تزيد من تقبل الناس له، ومسايرته لكل زمان ومكان، ويعطي البلسم الشافي لكل ما يطرأ على مسيرة الدعوة الإسلامية وعلى مستجدات الوضع، فهو مرن من حيث الأمور المباحة والمستحبة والراجعة لاختلافات العلماء ولا سيما في المسائل الفقهية، وهو شديد مع كل ما يتعارض مع حدود الله وشرعه، لذلك يقول الله تعالى ﴿ ادْعُ إِلى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾.

٤. إعلام إنساني: والإنسانية كلمة شاملة لجميع ما يقال له الإنسان، بغض النظر عن جنسه أو لونه أو قوميته أو طائفته؛ لأنه إعلام دعوة لجميع الإنسانية دون تفريق بينها، وأصوله واضحة، وتكاليفه معروفة وغايته يتفق عليها الجميع

٥. حق لكل مسلم ومسلمة، إذ يقول تعالى ﴿ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴾، وهذا الحق هو إيجابي أي: ليس تكليفاً شاقاً متمثلا في أن يقوم المجتمع بإعلام الفرد تماما كما يوفر له الأمن والطعام والدواء، فمهمة الإعلام ليست حكراً على احد دون آخر بل يستطيع كل من يجد في نفسه هذه الرغبة أن يكون إعلامياً فضلاً عن لتمتعه بصفات ومقومات تؤهله لهذه المهمة.

٦. إعلام جذاب: من غير المبالغ فيه يعد الإعلام الإسلامي إعلام جذاب؛ لأنه ينزل إلى الميدان كالمصارع الذي يدافع عن هذا الدين ويكافح ويقارع الحجة بالحجة ويدحض الباطل بالحق، وينهل من فكر مشرق مستبشر غير متطرف ولا ظلامي ولا متقوقع ومنزوي جامد، بل هو إعلام يرسّخ الثوابت ويصحح المفاهيم ويثري المعرفة ويدعو للعلم والتعلم، ويكره الجهل والجهلاء، ويوفر المتعة المباحة كما يشكل وعياً سليماً شاملاً لأغلب من يتابعه ويدقق فيه، خلافا لما نشاهده من إعلام

يتبنى الترويج للأكاذيب الفاضحة، وتلفيق التهم، ويفسد الأخلاق ويدمر الوعي الديني ويسير بالمتابع إلى سبل الرذيلة والانغماس في الشهوات والغرائز الجنسية الحيوانية، فضلاً عن الطعن في القيم والعادات والثوابت والمِسَلّمَات وإذا أراد التحدث عن حاجات المجتمع فإنه يوقظ الفتن ويحطم أواصر الصلة بين الأسر بحُجة الحرية الفردية، والتمتع بالحقوق، ثم إذا توجه إلى الدين الإسلامي فإنه يظهر الإسلام بصورة يستعدي الأعداء عليه حيث إنه يلفت انتباه الحاقدين إليه، ويخجل من أنه تابع لبلد عربي وإسلامي ويحاول الفرار من هذه التهمة بما يراه به، فيسخر من شعائر الإسلام كاللباس الشرعي للرجل أو المرأة والاستهزاء به، ثم بواجبات الإسلام، كالصوم والصلاة والحج وغيرها والتي يحاول أن يوجهها توجيهاً لا يرغب فيه الناس، مما يؤدي إلى إعراض الناس عنه ومحاولة التعويض عنه بالإعلام الساخر.

٧. إعلام واقعي:فهو بعيد عن الخضوع للمثاليات الخيالية والأهواء المنحرفة والتيارات الهدامة، بل هو جاذب للعقول إلى الواقعية بكل جوانبها التي تختلف باختلاف مدى جدية الشخص في مجاراتها لذلك يركز على تقبل الواقع بما فيه ويبتعد عن كل ما يخدر العقول، ويفتّر الهمم ويسوّف النهوض بالرؤية الواقعية للإعلام، بكل مساوئها فهو يعد أفضل الكل؛ لأنه يعمل على تفسير هذه الجوانب لا تركها وتراكم همومها فالإعلام الإسلامي يحث على المواجه لكل ما يعترض طريق التقدم، ويرفض التخاذل والتراجع، وهذا ما نلاحظه في بعض إعلامنا اليوم الذي ينقل الواقع من غير ما هو على الأرض، حيث يزيف الواقع المأساوي.

٨. إعلام لا يهادن ولا يداهن ولا ينافق: فهو دائما يضع النقاط على الحروف، ويضع الأمور في مواضعها ولا يخشى في إحقاق الحق لومة لائم، فهو الإعلام الفاصل ما بين الحق والباطل فلا ينطلي عليه رقيق الكلام ولا تلون الكذب وغشه وتزيينه فهو إعلام واضح كوضوح الإسلام وشريعته الغراء.

٩. الصدق: يعد الصدق السمة التي يمر الإعلام بها إلى قلوب الجمهور، وهو الوعاء الذي يقدم به فكلما كان الطعام يوضع في وعاء جيد نقي، كان متقبلا أكثر من غيره، والصدق هو صفة نبينا ﷺ الحريص على الدعوة الإسلامية، ويذكر الإعلام رده على أكاذيب المنافقين وكشف الحق وقطع السنة الشائعات ويذكر الله تعالى ذلك بقوله ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْماً بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾، وحديث عن حَفْصِ بن عَاصِمٍ رضي الله عنه، قال: قال رسول اللَّهِ ﷺ (كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ ما سمع).

١٠. الأمانة: وهي: ما يقوم الإعلام الإسلامي بحمله من حقائق ديننا الحنيف وعقائده الصحيحة ونقلها بصورة أمينة إلى مستحقيها، وعدم الإضافة أو الاقتطاع من مضامينها.

١١. إعلام متزن: يعتمد الإعلام الإسلامي في مخاطبته للناس على وسيلة الإقناع الموضوعية والحوار الهادف الموضوعي، قال تعالى ﴿وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾

المطلب الرابع: حكم الإعلام الإسلامي

أما الحكم الشرعي الخاص بالعمل في مجال الإعلام الإسلامي، فيتجه إلى اتجاهين: احدهما: يقول انه فرض عين على كل مسلم ومسلمة بقدر الطاقة البشرية، إذ الدعوة فريضة شرعية وضرورة حتمية على كل من انتسب إلى أُمة الإسلام شيباً وشباباً رجالا ونساء حكاماً ومحكومين خاصة وعامة كل يقوم بهذه المهمة على حسب حاله، وحسب طاقته، وحسب إيمانه، وبحسب تحسسه بواقع المسلمين وأحوال المجتمعات البشرية، وقوله تعالى ﴿ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾، أي: بعضهم بعضا بالحق والصلاح، كما يدل الحديث الشريف (بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً)، وهذا وغيره من الأحاديث التي تدل على أنه فرض عين على مَنْ يملك معلومة عن الإسلام ولا يوجد غيره من يستطيع أن يوصلها إلى الغير فهنا يصبح فرض عين عليه وعلى من يتصدر منصباً إعلامياً، وهذا يسري على من

يرى منكر فيجب إعلام غيره بأن هذا منكر ويجب ترك المنكر لقول النبي ﷺ (من رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بيده فَإِنْ لم يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لم يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمان)، أي: فمهمة الإعلام الإسلامي تكون فرض عين على كل مسلم ليبلغ بها غيره وممن يحتاج لها ويؤثم تاركها؛ لأنه من باب كتم العلم المنهي عنه شرعاً وأدباً.

في حين قال غيرهم: أن الإعلام الإسلامي ومهمة العمل به فرض كفاية لقوله تعالى ﴿ فَلَوْلا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنْذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾،أي: يجب تصدر فرقة للإنذار والتبليغ والإعلام، ثم يقول تعالى ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾،أي: جماعة من عامة المسلمين تدعو إلى الخير وتأمر بالمعروف وتنهى عن المنكر، ولا بد من سلطة تقوم بهذا الواجب فمدلول النص القرآني يقرر ذلك فهناك دعوة إلى الخير وهناك أمر بالمعرف ونهى عن المنكر لا يقوم بهما إلا سلطان، كما يقول تعالى ﴿ إِنَّ اللَّهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءاً فَلا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ﴾، أي: إن التغيير يحتاج إلى مغيرين وهم الدعاة الإعلاميين الإسلاميين لقوله تعالى ﴿ فَلَوْلا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُو بَقِيَّةٍ يَنْهَوْنَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ إِلَّا قَلِيلاً مِمَّنْ أَنْجَيْنَا مِنْهُمْ وَاتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أُتْرِفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ﴾، فهذه الآيات وما شاكلها تدل على وجوب قيام بعض الناس بواجب الإعلام الإسلامي، ونشر ثقافة الإسلام؛ لأن نشر الدين ضرورة ملحة لا ينكرها إلا من رضي أن يخيم الجهل على الأمة الإسلامية ولا يحرك ساكناً بينما الرأي الذي اميل إليه هو ما اتخذه إبراهيم إمام الذي رأى: أن الإعلام الإسلامي هو فرض عين وفرض كفاية، إذ يجب على كل مسلم ومسلمة الإعلام بالإسلام، كلٌ بحسب طاقته، كما يجب على أبناء الأمة أن تتخصص طائفة منهم في مجال الإعلام بالإسلام، تكون أقدر بياناً، وأعلم بالأحكام الشرعية، وأقوى على الصمود، في مجال الحق والدعوة إلى الله، وبهذا يكون كل إنسان مسلم مكلفاً

بأن يفّعُل نفسه، ويجدد همته، بأن يكون إعلامياً إسلامياً بقدر الاستطاعة، وأنْ يُبلغ ويُذكر غيره من المؤمنين بالإسلام، وما يجب عليه وما يحرم على المتبع لهذا الدين، قال تعالى ﴿وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ﴾، وهذه الذكرى هي إعلام إسلامي واضح بدلالة يفهمها العقل، إذ لو كان مفهوم الدعوة وحده الذي يقوم بواجب الدعوة إلى الإسلام ونشر ثقافته لغير المسلمين، لكان ما يدعو إلى تثبيت هذه الدعوة وهذا الإيمان في القول هو الإعلام الإسلامي، فهو بحق صمام الأمان للشريعة الإسلامية وهو بحق الوكاء الذي يربط به الفكر الإسلامي أن ينحل ويتبعثر باتجاهات ومزالق لا تحمد عقباها، كما أن الذكرى المذكورة في الآية هي إعلام إسلامي موجه للمسلمين، وإلا لما قال تعالى ﴿ تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ﴾، و نحن نعلم أنّ الدعوة هي دعوة لغير المسلمين والإعلام الإسلامي هو للمسلمين الذين ثبت الإسلام في قلوبهم، وإلى غير المسلمين الذين تجري عليهم أنماط الاتصال لاستدعاء عقولهم وقلوبهم لإتباع الإسلام، إذن الرأى القائل أن الإعلام الإسلامي فرض عين يقدر بقدر الاستطاعة، وفرض على بعض المسلمين كفاية بأن يتخصصوا بدراسته وتدريبه للأجيال اللاحقة وهذا ليس بكثير على قيمة هذا العلم الذي استخدمه القاصي والداني على الإسلام ويريد بذلك إضعافه ونخر صخرته من الداخل ونقول: ويقع على المسلمين واجب أن يبينوا عظمة هذا الدين ويكشفوا مخازي أعدائه بوسائل علمية عصرية تجاري وتتفوق على غيرها وعدم الالتفات إلى تكميم الأفواه وإغلاق العيون الذي يستخدموه ضدنا أو الذي يستخدمه بعضنا على بعض.

المطلب الخامس: عناصر عملية الإعلام الإسلامي (الاتصال)

النظرة إلى الاتصال كعملية تفاعلية يعني أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر أو المرسل إلى المتلقي أو المستقبل كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين المرسل والمتلقي بما يحدد تأثير الاتصال وهذه العملية الاتصالية.

وفي هذا الإطار المركز تطورت النماذج التي ما لبثت أن تشرح وتفسر عملية الاتصال وعناصرها المختلفة، حيث ظهر النموذج الخطي الذي يرى أن عناصر الاتصال هي مجرد المرسل والرسالة والمستقبل، وهي عملية الاتصال في مفهومها البسيط، ولكن الدراسات التي أجريت حديثاً بينت مدى قصور ذلك النموذج وحطمت النظرية القائلة إن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور، بل هي عملية متكاملة وعلى ضوء ما تقدم يمكن أن نقول:إن العملية الاتصالية تتكون من عناصر تتشارك فيما بينها لخدمة الدعوة الإسلامية، وعلى النحو التالي:

أولا: المرسل (الداعية)

هو الشخص الذي يقوم بإعلام الرأي العام بما يعلمه ويجيد معرفته من المعارف ـ الدينية إن كان داعية إسلامي ـ والعمل على التأثير في الجمهور والحصول على استجابته، وهو في الوقت نفسه الداعية المسلم والذي يحمل أفكاره وآماله وطموحاته الدعوية ويبغي بذلك إيصالها إلى الناس ويعرفه أحد المختصين بعلم الاتصال على انه شخص محترف يحاول التأثير في الجمهور، لكي يتبنوا أفكارا معينة يشعر أنها ضرورية ومهمة، وهذا الاحتراف هو ما يقوم على مواصفات سنذكرها لاحقا والتي هي ما يؤهله للعمل الإعلامي والدعوي إذا علمنا أنه يمثل الداعية الأول (والأصل في عمل الدعوة هو شخص الرسول المكرم محمد ﷺ فهو مكلف بهذه الدعوة وإعلام الناس بحقيقة هذا الدين والعمل على تبليغه إلى الناس كافة قال تعالى ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِلْعَالَمِينَ﴾ وعلى من يتصدر عمل الإعلام والدعوة أن يقتبس منهج الدعوة والإعلام فعلاً وقولاً من حضرة الرسول ﷺ.

والإعلام في العصر الحديث أهتم من خلال باحثيه ودارسيه بالمرسل في عملية الإعلام، فهو يمثل حارس البوابة الإعلامية والدعامة الرئيسية التي يقوم عليها البنيان الإعلامي، كيف لا وهو الذي بيديه توجيه الدعوة والإعلام كما يريد ؟، كإرادته الانحراف عن مسار الإعلام الدعوي الصحيح ـ إن كان خاضعاً لرغبات

شخصية بعيدة عن منهج الإسلام . لذلك يعد هذا العمل خطيراً لعظم ما يحمله الداعية الإسلامي من رسالة يود تأديتها

نعرض أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في رجل الإعلام الإسلامي، والتي يمكن عدها من ضمن **شروط المهنة للاعلام الاسلامي** :

❖ أن يكون عمله خالصا لوجه الله تعالى وابتغاء مرضاته، قال تعالى ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ﴾، وحديث (إنما الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ ما نَوَى فَمَنْ كانت هِجْرَتُهُ إلى دُنْيَا يُصِيبُهَا أو إلى امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إلى ما هَاجَرَ إليه)،ويتم التركيز على ذلك لما يتعرض إليه الداعية من فتن ومزالق كالرياء أو الشهرة المغرية والانحرافات والإغراءات التي يؤدي الاستسلام إليها أن يحبط عمله وقصة الثلاثة الذين دخلوا النار المجاهد والقارئ و المنفق خير دليل، وهذا من متطلبات الشخصية الربانية التي يجب أن يسعى الإعلامي أن يكون عليها لقوله تعالى ﴿وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّانِيِّينَ بِمَا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ﴾

❖ الإيمان بما يدعو إليه، أي: أن يعتقد بصدق ما يدعو إليه ويكون مؤمناً برسالته متفهما لطبيعة عمله، وأنْ يكون متحمساً مقتنعاً، عاملاً بالذي يدعو إليه، حتى ينعكس كل ذلك على أجهزة الإعلام ومضامينها مما يؤدي أن يسبغ عليه هالة من الاحترام والثقة من الجميع،

❖ العلم الحديث: على رجل الإعلام اليوم أن يكون على علم تام بوسائل وأساليب الإعلام الحديثة المتطورة بجميع إشكالها وفنونها المختلفة وان يكون هناك تناسقٌ بين الرسائل والإمكانات المتوفرة فيها، والتوجه نحو تحقيق الأهداف المنشودة، فمن مقومات الاتصال أن يحيط رجل الإعلام والدعوة الحديث بمضمون الرسالة التي يريد أن يرسلها إلى جمهور المستقبلين ووسائل وأساليب نقلها لتكون أوعى في الفهم والتقبل.

❖ أن يكون على علم بالجمهور المستقبل لرسالته الدعوية من كافة النواحي الاجتماعية والسياسية والفكرية ويستحب أن يكون احد أفراد هذا الجمهور الذي يراد دعوته وإعلامه.

❖ سلامة لغته العربية، ليكون ادعى إلى فهم القرآن الكريم والسنة المطهرة واستخراج الأحكام الشرعية والأمثلة التي تفيده في سبيل الدعوة (أما إذا كان في غير البلاد العربية فعليه أن يكون متمكنا من تلك اللغة حافظاً لمصطلحاتها وأمثالها وأشعارها واستخدامها لإيصال الدعوة إلى المتلقين بسهولة، مما يؤدي إلى فهم الرسالة الإعلامية بكل تفاصيلها).

❖ له خلفيه ثقافية واسعة آخذة من كل علم بطرف، وله معرفة به ويعرف ويعلم شيء عن كل شيء ليكون ادعى لما يستجد له من عوائق في أثناء مسيرته الإعلامية وله معرفة بوسائل الاتصال الحديثة وأساليب الإعلام والابتكار لقوالب دعوية جديدة ليكون ناجحاً في نظريات الإعلام أو التأثير.

❖ مثل أعلى لأقرانه من الناس، ولمن يدعوهم لكي يكون أكثر تقبلاً من قبل الجمهور، فإنْ لم يكن كذلك ينفره الناس ولا يأخذون منه شيئاً لاعتقادهم انه لو كان محقاً في ما يدعو إليه لأصلح نفسه فيقال يداوي الناس وهو عليل وقد ذكر هذا الشرط القرآن الكريم في معرض ذكره لما يجب أن يكون عليه المؤمنون ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لا تَفْعَلُونَ﴾، ولأن هذا الشرط يكون ادعى وأكثر تأثيراً في تطبيق الناس له، ولنا في رسول الله ﷺ القدوة الحسنى قال تعالى ﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ﴾، فكان لا يأمر بشيء إلا ويعمل به وهذا الذي سار عليه الصحابة بعده، عن ابن مسعود ﷺ قال (كنا نتعلم من رسول الله ﷺ العشر فلا نجاوزها إلى العشر الآخر حتى نعلم ما فيها من العلم والعمل)، وهذا ما نلمسه عند كل من يريد تمرير أي مشروع وهو يسري حتى على المشاريع الباطلة، فمنها حينما أراد نابليون العمل بها، وبعد أن دخل مصر في أثناء حملته الفرنسية التي قادها في القرن الثامن عشر، نشر دعاية انه دخل في الإسلام

وحج بيت الله الحرام، وموطن الشاهد أن نابليون أدرك مدى أهمية القدوة ومدى تأثيرها على الناس لذا ارتدى الزى الإسلامي وقال انه حاج وانه مسلم ليكون اشد تأثيراً في نفوس الناس حينها. وهذا ما اصطلح عند علماء الاتصال بنظرية التقمص الوجداني، كما قال تعالى ﴿ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهُدَاهُمُ اقْتَدِهْ ﴾.

❖ سيرة الإعلامي الذاتية، وهذا الشرط تغافل عنه اغلب الباحثين، إلا إننا نعتقد انه يعد الأكثر أهمية من ناحية نظرة الجمهور له، فكلما كان الداعية له نسب أصيل ومكانة اجتماعية مرموقة وتاريخية مشرفة، لم تمر عليه إحدى عادات الجاهلية التي تخرم مروءته كان اشد تأثيراً في نفوس المتلقين، وكلما كان له خلفية تاريخية نقية لم يجد الطعن إليه سبيلا أما العكس فيكون سهل التشكيك فيه من ناحية صدقه وخير مثال على ذلك سيرة الرسول ﷺ ونسبه، وسيرة من خلفه من الدعاة العاملين، وهذا الأمر ينسحب أيضاً على سيرة الدعاة المكانية التي ينتمي إليها الإعلامي أو الداعية فكلما كان الداعية يأتي من مواطن العلم والعلماء والأماكن المقدسة لدى المسلمين كان اقرب إلى النفوس من غيره والأمثلة على ذلك كثيرة، ولا نغفل ما للأسماء من تأثير أيضاً، فكلما كان الاسم مما يشتهر بين الناس في التاريخ يكون اقرب إلى الدعوة.

❖ لين الجانب، إذ على الإعلامي أن يكون صاحب تواضع وحياء، وصاحب شعبية عامة مقتدر في أساليب التعامل، له ملكة جلب الانتباه وكسب الود، ولا سيما عند المجتمعات التي يروم قصدها للعمل الإعلامي ونصر دعوته، ويتوسل بطيب الخاطر والتواضع، لما ينبغي له، لذلك يقول تعالى ﴿ فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ﴾، وما تقدم يخص ما يشترط على رجل الإعلام الالتزام به، أما ما يخص شخص الإعلامي فله صفات شخصية يتوجب توفرها فيه، منها:

١. رجل الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية مؤمنٌ صادقٌ ؛ لأن الهدف واحد والأساليب متقاربة، وغايات الدعوة هي غايات الإعلام الإسلامي لذلك تتحد

كلتا العملتين لينتج عنها خدمة الدين والعقيدة الإسلامية، قال تعالى ﴿ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾، لذلك يجب عليه أن يكون إيمانه ثابتاً وعقيدته متماسكة أمام هزات الزلازل التي يجيء بها الكفر وأهله ليحطموا تماسك هذا الدين، ويطفئوا نوره الوقّاد، وقد عاب الله تعالى على غير الملتزمين بالعقيدة بقوله تعالى ﴿ وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَعْبُدُ اللَّهَ عَلَى حَرْفٍ فَإِنْ أَصَابَهُ خَيْرٌ اطْمَأَنَّ بِهِ وَإِنْ أَصَابَتْهُ فِتْنَةٌ انْقَلَبَ عَلَى وَجْهِهِ خَسِرَ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةَ ذَلِكَ هُوَ الْخُسْرَانُ الْمُبِينُ﴾.

٢. الصدق: وهي أهم صفة من صفات الداعية الإسلامي الناجح؛ والصدق في الأعمال والأقوال كافة، فينطق اللسان بالحق والصواب وتصدق ذلك الجوارح فتكون أعماله صادقة موافقة للشريعة لذلك قال الحسن البصري (رحمه الله) (إن الإيمان ليس بالتحلي ولا بالتمني إنما الإيمان ما وقر في القلب وصدقه العمل)،والصدق هي سمة عليا وصفة مثلى حث عليها القرآن الكريم بقوله ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾، أي الناس الذين يتحرون الصدق في أقوالهم وأعمالهم ولهذا لقب سيدنا أبو بكر بالصديق، فإنه صدق حضرة الرسول ﷺ بكل ما صدر عنه ﷺ، من قول أو فعل أو تقرير وهذا أقصى غايات الصدق.

كما أن اثر الصدق يظهر على وجه الداعية؛ لأنه نابع من القلب، فهو يصل إلى القلب، لذلك كانت صورة نبينا ﷺ وهيئته وسمته تدل على صدقه، عن عبد الله بن سلام قال: (لما قدم رسول الله صلى الله عليه وسلم المدينة أنجفل الناس قبله فكنت فيمن خرج فلما رأيت وجهه عرفت أنه ليس بوجه كذاب)، والصدق من التأثيرات التي تؤثر في المدعو فتكون من دواعي القبول والإيمان كما في سؤال هرقل لأبي سفيان (هل كُنْتُمْ تَتَّهِمُونَهُ بِالْكَذِبِ قبل أَنْ يَقُولَ ما قال فَذَكَرْتَ أَنْ لَا فَقَدْ أَعْرِفُ أَنَّهُ لم يَكُنْ لِيَذَرَ الْكَذِبَ على الناس وَيَكْذِبَ على اللَّهِ).

وهذا يعني: إن الصدق يجب أن يكون ملازماً لرجل الدعوة والإعلام، بينما الكذب فقد ذمه الله تعالى كما في قوله تعالى ﴿ فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ كَذَبَ عَلَى اللَّهِ وَكَذَّبَ بِالصِّدْقِ إِذْ جَاءَهُ أَلَيْسَ فِي جَهَنَّمَ مَثْوًى لِلْكَافِرِينَ﴾، وهذه الصفة تفقد صاحبها أي مقدمات لقبول دعوته، بل إنها تنفر منه، وأصحاب هذه الصفة تظهر عليهم علاماتها على وجوههم المنافقة، إذ يقول الرسول ﷺ عن أَنَسٍ عن النبي صلى الله عليه وسلم قال:(ثَلَاثٌ من كُنَّ فيه وَجَدَ حَلَاوَةَ الْإِيمان أَنْ يَكُونَ الله وَرَسُولُهُ أَحَبَّ إليه مِمَّا سِوَاهُمَا وَأَنْ يُحِبَّ الْمَرْءَ لَا يُحِبُّهُ إلا لِلَّهِ وَأَنْ يَكْرَهَ أَنْ يَعُودَ في الْكُفْرِ كما يَكْرَهُ أَنْ يُقْذَفَ في النَّارِ)، إذن صفة الصدق وجب توفرها عند الداعية إذا أراد لدعوته النجاح وكسب ثقة الناس وليكون سائراً على طريق الاستقامة والطهارة في مناقب أهل الدعوة إلى الله ﷻ.

٣. الحكمة والتعقل، وهذه الصفة مهمة لعملية الإعلام، وذلك لأنها الركيزة التي يستند عليها الإعلام الإسلامي، فبدونها لا نرى استقرار ولا منهجية للدعوة ولا استمرارية لأن بدونها طغيان لمعاني التنافس والتصادم وغير الموضوعية وهذا مالا نريده لإعلامنا الإسلامي، الذي نأمل أن يستمر ويؤدي دوره بعقلانية وحكمة متناهية، وأسلوب فني جميل يستقطب الأنظار والعقول والقلوب، فيذكر الله تعالى هذه الصفة بقوله ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾، ونأتي بحادثة تدل على أهمية الحكمة واللين في مخاطبة الناس، فيحكى (إن عبد الملك بن عمر بن عبد العزيز قال لأبيه عمر يا أبت مالك لا تَنْفُذُ في الأمور فوالله لا أُبالي في الحق لو غَلَت بي وبك القُدور قال له عمر لا تعجل يا بُني فإنَّ الله تعالى ذم الخمر في القرآن مرتين وحرّمها في الثالثة وأنا أخاف أن أحمل الناس على الحق جملة فيدفعوه وتكون فتنة)، وتظهر أهميتها ولا سيما في عصرنا لما نراه من إعراض الناس عن الحق وصعوبة إقبالهم على الطريق

المستقيم ولا سيما بعد توافد تلك التيارات الدينية والحركات السياسية والحملات الإعلامية الموجهة ضد عقلية الشباب خصوصاً، وتزيين الباطل والدعوة إلى تجنب الإسلام بدعوى أنه أفيون الشعوب وانه يكبل الإنسان عن التقدم ومسايرة العصر الحديث وبصورة عامة تعد الحكمة هي صفة جميلة تدخل القلوب أكثر من غيرها فيضرب الله مثلا لذلك يقول ﴿ وَقَالَ رَجُلٌ مُؤْمِنٌ مِنْ آلِ فِرْعَوْنَ يَكْتُمُ إِيمَانَهُ أَتَقْتُلُونَ رَجُلاً أَنْ يَقُولَ رَبِّيَ اللَّهُ وَقَدْ جَاءَكُمْ بِالْبَيِّنَاتِ مِنْ رَبِّكُمْ وَإِنْ يَكُ كَاذِباً فَعَلَيْهِ كَذِبُهُ وَإِنْ يَكُ صَادِقاً يُصِبْكُمْ بَعْضُ الَّذِي يَعِدُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ﴾.

٤. الصبر والثبات، فالإعلام الإسلامي بحاجة إلى أن يكون مرسله ذا ثبات على ما يقول وجريئاً في طرح الموضوع ويملا قلبه عزاً ومكنة بما يدعو إليه؛ لأنه لا ضار ولا نافع في الوجود إلا الله تعالى ﴿ فَلا تَخَافُوهُمْ وَخَافُونِ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾، لذلك فالمهم أن يصبر الداعية؛ لأن الصبر نصف الإيمان والصبر أنواع صبر على طاعة الله وصبر على معصية الله وصبر على المصائب والبلاء ومن هذه الأنواع يستمد الإعلامي صبره على المعاندين والمارقين فيقول تعالى ﴿وَلَقَدْ كُذِّبَتْ رُسُلٌ مِنْ قَبْلِكَ فَصَبَرُوا عَلَى مَا كُذِّبُوا وَأُوذُوا حَتَّى أَتَاهُمْ نَصْرُنَا وَلا مُبَدِّلَ لِكَلِمَاتِ اللَّهِ وَلَقَدْ جَاءَكَ مِنْ نَبَأِ الْمُرْسَلِينَ﴾، وقال تعالى ﴿ وَلَقَدْ نَعْلَمُ أَنَّكَ يَضِيقُ صَدْرُكَ بِمَا يَقُولُونَ﴾، وقال تعالى ﴿ فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلا يَسْتَخِفَّنَّكَ الَّذِينَ لا يُوقِنُونَ﴾، والآيات السابقة تنبه على مكانة الصبر على الأذى وعند ملازمة الصبر على البلاء والثبات على المبدأ وتجنى ثمار ذلك بالعزة والقوة في التبليغ، فصاحب العزة لا يعرف التغير أو التلون بسبب المحاباة؛ لأن هدفه نشر دعوته الحق والمؤيدة بالدليل، وهي محفوظة لا تتغير وإنما تغيرها في الصلاح، فإظهارها على وجهها وبشكل مرن هو المطلوب مهما كان الحال أو الموقف، وهذا ما شاهدناه لدى الرسول ﷺ وأصحابه من الصبر على البلاء وهذه المواقف منثورة في كتب السيرة.

٥. السيرة الحسنة: وتشمل التزامه بالإسلام فضلا عن تطبيقه على حياته العملية حينما يعلم انه ينبغي أن يكون أسوة يقتدى به، وثقه يجلب إرضاء الناس

بأقواله وما يظهر من أفعاله وما قصة وضع الحجر الأسود وثقة الناس بحكمته ﷺ إلا دليل، كما أن ثقة المجتمع في الداعية مبنية على الوضوح في سلوكه ومعرفته تامة بأخلاقه ومعادله مستمرة تظهر في كل يوم جلية خُلقة ونفيس صدقه وعظيم لقائه، ورفيع محبته للناس أجمعين والسيرة الحسنة هي القدوة وقد ذكرت ثلاث مرات في القرآن الكريم.

٦. المخاطبة على قدر العقول: وهذه صفة الإعلامي الناجح الذي يتعايش مع كل نوع من المجتمع يحيط به، أي يعطي الإعلامي حق كل من يعيش في محيطه، وهذا ما شاهدناه عند إرسال الرسل إلى مجتمعاتهم، فلم نرَ إرسال داعية إلى قوم لا يفهم عليهم شيء، بل يأتي من واقع ما يشتهرون به ويأتي بآيات تخاطب العقول وليست ممنوعة عقلاً، بل ممتنعة عادة (وهذا ما نلمحه في أكثر الآيات القرآنية الكريمة ومناسبتها لجميع أصناف المسلمين، فيرتوي منها كل شخص ويجد في قراءتها لذة ويدرك من مدلولاتها والغاية من سردها، ويخشع بعد كل آية عذاب ووعيد ويخرج بعد قراءة كل سورة بخشية وخشوع قد عمّر قلبه وزاد في إيمانه)،،وقد أنُزل القرآن بلسان عربي مبين يخاطب الناس على ما يبرعون به ويفهمون وفيه ذكر القرآن الكريم ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ﴾.

٧. حسن المعاملة: وهذا الخلق يشمل الرحمة والعفو والتواضع، وهي صفات الداعية المسلم ورجل الإعلام الإسلامي قال رسول ﷺ (لا يَرْحَمُ الله من لا يَرْحَمُ الناس)، وقال ﷺ (لَا تُنْزَعُ الرَّحْمَةُ إلا من شَقِيٍّ)، ووصف الله ﷻ رسوله الكريم ﷺ بصفة الرحمة، فقال ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ﴾، ونفهم من هذه الآية إن الإعلامي يجب عليه أن يحرص على من يدعوهم ولا ينفرهم؛ لأنهم مرضى يريدون التداوي فوجب التأني بمداواتهم والتلطف بهم، لذلك نرى الحديث، عن أبي هُرَيْرَةَ قال قِيلَ يا رَسُولَ اللَّهِ ادْعُ على الْمُشْرِكِينَ قال:(إني لم أُبْعَثْ لَعَّانًا وَإِنَّمَا بُعِثْتُ رَحْمَةً)، وقال

أيضاً ﷺ (يا أيها الناس إنما أنا رحمة مهداة)، إلى غيرها من الأحاديث التي تدعوا إلى اتصاف الداعية بحسن المعاملة والرحمة والعفو، وبخلافه المحروم من الرحمة الغليظ القلب لا ينجح في عمله، لقوله ﷺ (لَا تُنْزَعُ الرَّحْمَةُ إلا من شَقِيٍّ).

٨. الإعراض عن الجاهلين والمنافقين: إذ من المهم أن تكون الصحبة الصالحة هي أساس المنطلق الدعوي، فكل صحبة باختلاف أنواعها لا يخرج منها شخص إلا وكان يحمل أفكار هذه الصحبة وكل مؤسسة لا تُخرج إلا من يحمل أفكارها وسياستها، وهذا ينطبق على الصحبة السيئة ومخالطة أقران السوء، لذلك لا يمكن أن يخرج الداعية صالحاً من رفقة منافقة باطلة كان راضيا بها، وإذا نظرنا لهذا بدقة كيف يمكن أن يصاحبهم إلا وكان راضياً بما يعقلون، لذلك يقال (لا يجنى من الشوك العنب)، فيحّذر القرآن الكريم من مخالطة الجاهلين، بقوله ﷻ ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾، وقوله تعالى ﴿قَالَ يَا نُوحُ إِنَّهُ لَيسَ مِنْ أَهْلِكَ إِنَّهُ عَمَلٌ غَيْرُ صَالِحٍ فَلا تَسْأَلْنِ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنِّي أَعِظُكَ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ﴾، وكثير من الآيات التي تدلل على وجوب الإعراض عن الجاهلين والمنافقين.

وكل ما تقدم من صفات لا يستغني عنها رجل الإعلام الإسلامي الذي يريد أن ينجح من خلال تلك الشخصية السوية المتوازنة المكونة من عناصر تلتقي عند نقطة مركزية واحدة هي الفضائل والقيم الأخلاقية التي يُرضي فيها الإنسان ربه، ويَطمئن إليها قلبه ويستريح إليها الضمير فينجح في عمله وينال حب الناس وإعجابهم وتقدير المجتمع وثناءهُ.

ثانياً: الرسالة

الرسالة التي تنتقل عبر عملية الاتصال تتنوع بتنوع الوظيفة، فمنها الرسائل الإسلامية الوطنية أو الاقتصادية أو السياسية أو الترفيهية، وما يهمنا هنا هي

الرسالة الإعلامية الإسلامية التي من خلالها يقوم المرسل بنقل معلومات أو أفكار وآراء توظف وظيفة إسلامية ويراد بذلك إيصالها إلى المستقبل، وتحث على أداء العبادات الإسلامية وتفسير آيات القرآن الكريم والأحاديث النبوية وتتحدث عن المعلومات الإسلامية، أو تكون متناولة موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، ولكن من منظور إسلامي (وتكون الرسالة صوتية أو صورية أو حركية أو تكون خليطا من كل ذلك وتتمثل الرسالة في عملية الاتصال الإسلامي بنقل كل ما له صلة بالشريعة الإسلامية)، والمهم في الموضوع الحالي مادة هذه الرسالة ومن الذي يحدد هذه المادة وكيفية عرضها وبصورة عامة، نرى الطابع الإسلامي لكل ما يعرض ويدخل في هذا العنصر الاتصالي، وهذا جيد ولكن فيه كلام من حيث انتقاء المادة الإسلامية أو الرسالة المراد تبليغها وكيفية الوصول إلى الصورة المثلى لهذا الانتقاء، فمثلا نلاحظ بعض الإعلام الإسلامي يستثير الأعداء عليه لما يرسله من رسائل إسلامية لا تلقى القبول حتى من المسلمين فيضطر إلى الإعراض عن هذه الرسالة حتى وإنْ كان هو من الملتزمين بالإسلام ومن المحبين، لتعلم شرعه لكن كثرة التركيز على مادة معينة أو فكرة معينة يجعل ذلك ومع الأسف نلاحظ كثرته في إعلامنا الإسلامي اليوم هو ما يؤدي إلى إعراض المسلمين عنه، والتوجه إلى رسائل أخرى اقل شدة في المادة الإعلامية، لذلك نرى من الأجدر بإعلامنا اليوم، أن تكون المادة أو الرسالة الإسلامية يجرى إيصالها حتى ولو بوسائل اتصال وإعلام غير إسلامي؛ لأن كل غريب يعد جذاباً أكثر وان هذا الموضوع سابق لأوانه لكنه من باب مناسبة الرسالة الإعلامية الإسلامية، إذن تعد الرسالة ملخص الفكر الإسلامي في موضوع معين يراد نقله وإيصاله إلى المتلقين عبر طرق معينه، ولنجاح الرسالة الإعلامية يجب توفير عوامل عدة منها:

- ✓ استيعاب الرسالة الإعلامية لأكثر عدد ممكن من الجمهور، حيث يكون الجمهور له تعلق بهذه الرسالة الإعلامية الجذابة لأسباب يراها فيها وتفضلها على غيرها من الرسائل.

- ✓ خصخصة الرسالة الإعلامية، وتحديد المستقبل من شاب أو طفل أو شيخ كبير ذكر أو أنثى،ومخاطبة كل منهم بحسب تقبله لأنواع الرسائل.
- ✓ واقعية الرسالة الإعلامية ومواءمتها لمناخ المستقبل النفسي بقيد عدم المجاملة على حساب الثوابت الإسلامية، فلا نأتي برسالة تطرح موضوع المصالحة والتنازل الإسلامي للغرب وهذا المجتمع يقع تحت احتلال وإهانة وإذلال ثم يأتي الإعلام الإسلامي بقوله لنطبع العلاقات ولنتعاون مع العدو لحل المشكلات، وهذا ما يُفقدها الشعبية والموضوعية وتقبل الناس والمسلمين لها؛ لأنه يتعارض مع قيمهم ومبادئهم وشريعتهم الإسلامية
- ✓ تقديم الرسالة بالأدلة والشواهد، والإكثار من الدالة دلالة قوية، وإقامة الحجة عليها والإكثار من القياس على المواقف الإيجابية في تاريخ العالم الإسلامي وتوظيفه لخدمة أهداف الإعلام الإسلامي.

ثالثاً: الوسيلة الإعلامية

تعد الوسيلة الإعلامية الوعاء الذي تنقل بواسطته الرسالة الإعلامية إلى المتلقين وتعرف بأنها ما يستعمله الداعية والإعلامي من إمكانيات وفنون ينقل ويوصل بها ما يريد تبليغه إلى المدعوين أو الجمهور، وتتنوع هذه الوسائل بتنوع الزمان والمكان، وسنأتي على ذكر كليهما في الفصول اللاحقة إن شاء الله.

رابعاً: المُستقبل

أي المدعو أو المستقبل للرسالة الإعلامية التي صدرت عن المصدر عبر وسيلة معينة لذلك هو المحطة النهائية بالنسبة للعملية الاتصالية وهو الذي تقوم عملية الاتصال كلها لأجله، ولأجل بناء فكرة في عقليته، لذلك يوكل إليه ان يقبل أو يرفض كل ما سبق من عملية الاتصال، فهو الذي يجني بالنهاية الرسالة الإعلامية ويفك رموزها ويحدد ماهياتها ويتفاعل معها وهو إما فرداً أو جماعة.

خامساً: تفاعل الجمهور أو رجع الصدى

وهذا العنصر هو الذي يحدد مدى نجاح العملية الاتصالية، ومدى تقبل الناس لها فيما يعرف إنْ كانت العملية الاتصالية أتت أكلها أو لم تأت (وتعد عملية رجع الصدى أو التغذية المرتدة كما يراها المؤلف هادي نعمان الهيتي: هي عملية من عمليات الاتصال تتضمن رسالة رمزية إلى المرسل من المستقبل تعبيرا عن الاستجابة للرسالة الأصلية)، ومن الأمثلة الإسلامية التي تشرح موضوع التغذية المرتدة، أو رجع الصدى هو ما ذكر في قوله تعالى ﴿وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصَابِعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَاسْتَغْشَوْا ثِيَابَهُمْ وَأَصَرُّوا وَاسْتَكْبَرُوا اسْتِكْبَاراً﴾، ومن هنا يتضح أن التغذية المرتدة هي رد فعل فوري في الغالب يتضح من خلال الموقف بقدر ما بإزاء الرسالة الاتصالية أو طريقة تقديمها وتكون على شكل رسالة لفظية أو فعلية، وهي غير التأثير الذي يمثل النتائج المترتبة على الاتصال وهل أدى إلى تحقيق الهدف أم لا ؟، وهي تكون بعد مدة بعيدة خلاف رجع الصدى الذي يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية ومدى استيعاب الجماهير لها بصورة فورية ؛ لذلك وبعد أن ذكرنا عناصر العملية الاتصالية باختصار شديد تبين أن هذه العناصر يُكمل بعضها بعضاً ولا استمرارية لعملية الاتصال بدون أحد هذه العناصر، غير أن رجع الصدى هو الفاصل والحكم الواضح الذي يحدد مدى حصول العملية الاتصالية على مبتغاها الأخير وهو التأثير في الجمهور، وانعكاس هذا القبول برسالة وبهذه العناصر تكون عملية الاتصال قد استوفت متطلباتها التي كانت تحتاجها وهي ما يجري ويسري على مفهوم الإعلام ومفهوم الدعوة فكل ما تقدم من العناصر هي عناصر لهذه المفاهيم وتأثيراتها هي تأثيرات عملية الاتصال العامة لذلك يعد الإعلام الدعوي والدعوة الإسلامية بمفهومها القديم والحديث هي عملية اتصالية لتوفر العناصر السابقة فيها ولوجود شروط ومقومات وخصائص الاتصال العامة فيها، فضلا عن أن للاتصال أهدافاً هي بيت القصيد بالنسبة للقائم بالاتصال، وغايات يقوم عليها الاتصال وبما ان الأهداف متنوعة ومختلفة الاتجاهات

والمضامين متعددة الأهواء، لذلك وتبعاً للأهداف العامة من الاتصال، يقسم الاتصال على خمسة أنماط وهو ما سيتم تناوله في المطلب اللاحق.

المطلب السادس: أنماط العملية الاتصالية الإعلامية

يقسم الاتصال تبعاً للهدف العام من العملية الاتصالية على خمسة أقسام هي:

١. **الإعلام**: هي عملية اتصالية تقوم بواجب الإبلاغ والأخبار، توظف لنقل المعلومات والمعارف إلى الآخرين باتجاه واحد، وهذه المعلومات قد تكون إسلامية أو ثقافية عامة أو غيرها من المعارف والأفكار، وقد يأخذ الإعلام عملية الاتصال بجوانبها حتى تبادل الرسائل بين المرسل والمستقبل وبين المستقبل والمرسل لتكون دائرة اتصالية.

٢. **الدعاية**[١]: (هي نشاط اتصالي يهدف إلى حمل الآخرين على سلوك معين ما كانوا يتخذونه لولا تعرضهم لذلك النشاط، وهي تستميل الآخرين عقليا وعاطفيا لاتخاذ المواقف التي تسعى إليها وتعتمد الإقناع في أسلوبها)، إذاً هي عملية اتصالية تكون جالبة للعقول برفق عبر الترغيب فيها، وتجعل الإنسان يأخذ بها بحرية مطلقة.

وتعرف أيضاً بأنها: جهود موضوعية مدروسة يقوم بها أفراد أو جماعات، لتسيطر على مجال ما، أو لتشكك في مسالة، أو لتغير وجهة نظر على قضية وتجلبها لإتباع فكرة أو حركة دينية ما، وتقوم باستخدام وسائل مع الرغبة في أن

---

[١] أما الدعاية بمفهومها الإسلامي لا تمت للإعلان او الحرب النفسية – سياتي بيانها لاحقا – بصلة غلا من حيث ترغيب الناس بأمر، لكن يختلف هدف الدعاية من هدف الإعلان التجاري او الحرب النفسية، فالدعاية هدفها ديني ونتيجتها استمالة المستهدفين وإقناعهم بمواقف وأفكار الداعي والوقوف بصفه، في حين ان الإعلان هدفه تجاري ونتيجته تسويق السلعة المعلن عنها، أما الحرب النفسية فهي عمليات رمزية هدفها تحطيم الركائز الذاتية والدوافع الشخصية والنفسية من اجل عدم المقاومة، إلا ان الحرب النفسية مصدرها معروف والدعاية بمفهومها الحالي غير معروف..

تكون ردود الفعل عليها مرغوبة عند القائمين بها، وكان أول استخدام لوصف الدعاية، فعاليات الكنيسة الرومانية في عام ١٩٢٢ م في عهد البابا غريغوري الخامس عشر في ١٧ حزيران، حيث أنشأت الكنيسة مجمعها للدعوة إلى الإيمان ولتدريب رجال الدين على القيام بأعمال تنصيرية، ولهذا فان اصل المصطلح هو ديني وبالأخص وبصورة ادق هو مصطلح إسلامي – تم ظلمه بتغيير معناه ودلالته- مع العلم ان ذُكر في الحديث الشريف بمعنى الدعوة (ادعوك بدعاية الإسلام)[١].

٣. **العلاقات العامة**: (هي نشاط إداري يستعين بالاتصال بقصد بلورة انطباعات إيجابية عن الهيئة التي تتولى القيام به بين العاملين فيها وبين المتعاملين، والذين يحتمل أن يتعاملوا مع الهيئة اعتمادا على تنظيم تفاعل اتصالي قوامه المعاني والمعلومات التي تحقق أغراضاً اجتماعية واقتصادية وسياسية.

ويعرفها باحث آخر بأنها: مجموعة الأساليب الفنية التي تعنى بتنمية تفاهم أفضل بين الإدارة والشعب، ووظيفة العلاقات العامة في داخل كل مؤسسة هو كسب ود العاملين وتفعيل التعاون بين أي مؤسسة ومُنتسبيها أو كسب ود، أو إعطاء صورة إيجابية إلى من يحتمل أنْ يتعامل مع هذه المنظمة، وتعد العلاقات العامة ركيزة أساسية في بنيان أي مؤسسة، وهي وظيفة إنسانية هدفها التوفيق بين مصالح الناس والمؤسسة.

٤. **الإعلان**: هو نمط اتصالي يستهدف تكوين انطباعات حسنة عن سلعة أو خدمة أو محاولة لإحداث تأثير في السلوك الاستهلاكي بقصد الترويج، ويقوم

---

[١] للمزيد: إمكانية الاطلاع على بحث للمؤلف بعنوان: الدعوة والدعاية الإسلامية بين النظرية والتطبيق، مطبوع في مجلة جامعة ديالى، عدد٥٢ عام ٢٠١١، وتستطيع تحميله من خلال الرابط:
https://www.researchgate.net/publication/337569342_aldwt_waldayt_alaslamyt_byn_alnzryt_walttbyq

الإعلان على شراء حيز سواء كان ذلك مساحة في صحيفة أو فترة إذاعية أو تلفزيونية، ويؤدي وظائف عدة منها تسويقية أو اقتصادية تعليمية أو اجتماعية أو ترفيهية، ويقوم بواجب التعريف بالمنتجات؛ لاستثارة رغبات المشتري، وهو أسلوب إعلامي نسبي؛ لأنه يبرز مزايا المنتجات، وهو أسلوب للإيحاء الذاتي، ويقوم على مكتشفات علم النفس، وهو عندنا المسلمون يستخدم لإعطاء انطباعات حسنة على مفاهيم إسلامية أو قنوات فضائية أو برامج أو مواقع الإلكترونية أو دوريات إسلامية، فهو يقوم بدور المحفز لأنظار الناس للتوجه إلى هذه المجالات الإعلامية الإسلامية.

٥. **الحرب النفسية**: وهي إحدى أنماط الاتصال تشيع في أوقات التنافس والصراع وتستهدف في الغالب إشعار الطرف الأخر بالضعف أو الخوف عن طريق إثارة عوامل نفسية وفكرية تؤيد فكرة الضعف والخوف، وهذا النمط الاتصالي يستهدف صفوف المحاربين أو صفوف إحدى الجهات المتنازعة حتى وإنْ كانت تنازعات سياسية أو اقتصادية أو دينية أو فلسفية، كما كان يفعل سقراط بأعدائه بأسلوب التوليد والتهكم، ويقوم هذا النمط بزرع الهزيمة أو الإشعار بمقدمات الهزيمة في صفوف العدو، واستخدام هذه العملية ليس بممنوع، بل هو أمر طبيعي وهو أحدى وسائل المعركة وهذا النمط قد برع فيه بحق اليهود والنصارى ضد الإسلام خلال معاركهم الأخيرة ضد الإسلام من خلال ما نشاهده من الصور التي تعرض عبر وسائل الاتصال الغربية، بل إنْ بعض وسائل الإعلام العربية والإسلامية مشاركة في هذه الحرب النفسية ضد المسلمين، وقد نجح الإعلام الغربي في أنْ جعل الإعلام العربي والإسلامي تائهاً لا يعرف ما يقول، بسبب السيطرة المطلقة عليه وهذا ليس مبالغة فيه أو تهويل الأمور بل هو واقع حال، وتسمية الأشياء بمسمياتها ودليله حربنا الأخيرة مع الاحتلال الأمريكي وما بثته الفضائيات العربية الخاصة من إظهار قدرات العدو وترسانته العسكرية وقوته التي لا تقهر ونسوا وتناسوا أن في

الإسلام وجهاً آخر من القوة تضاهي قوة العدو وهي قوة الإيمان واليقين، ولا نريد أن نخوض في ذلك، لكن نريد أن نؤكد) أنّ الحرب النفسية شكل من إشكال التأثير يرمي به العدو للكف عن المقاومة أو التفكير في المقاومة عن طريق الأقوال والأفعال)، والتي يستخدمها العدو الغازي أو الفكر المعادي أو العقيدة الدينية الناشطة، فمنه ما يوفق وينجح بسبب قلة خبرة العدو أو المراد تحطيم مقاومته، ومنه لا ينجح إذا توفرت عند المراد إضعافه خلفية إعلامية واسعة في أشكال الحروب، وقد استخدمها المسلمون في غزوة الخندق، أو كمشية احد المسلمين متبخترا أمام الأعداء قبل المعركة

الفصل الثاني

مبادئ الإعلام الدعوي

المبحث الأول: وسائل الإعلام الدعوي

المطلب الأول: مكانة الوسائل الإعلامية

من البديهي أن من يملك وسائل الإعلام في هذا الزمن يملك زمام تفكير الشعوب، وتوجيههم ؛لان القوة هي من تملك زمام الشعوب الآن، فبعد أن تحول العالم إلى قرية صغيرة بفضل تطور وسائل الإعلام والاتصال، وبعد أن غزت عالمنا الإسلامي عبر هذه الوسائل أفكار وقيم مختلفة من كل أرجاء العالم، وصار هم هذه الوسائل: هو حسم المواقف والصراعات كلٌ بحسب توجهه، ففي هذه الحالة وغيرها تبين خطر هذه الوسائل إذا احتكرها الغرب المعادي للإسلام وللقيم والتقاليد الإسلامية، ومن هذا المنطلق ظهرت أهمية وسائل الإعلام التي ضاعفت إيصال المعلومات إلى الشعوب بصورة مكثفة، كما ضاعفت آلات الثورة الصناعية الإنتاج في الأصعدة كافة، فكان نصيب العالم العربي والإسلامي أقل ما يمكن أن يعتمد عليه الدعاة والإعلاميون لنشر ثقافة الإسلام بين أتباعه أو بين العالم الخارجي.

فكان دور الدعاة هتك أستار الجهل والتخلف والتعصب التي تحول بين الناس، وبين دينهم، كما يجاهدون على تفكيك تلك الأقفال الشيطانية التي أوصدها

دعاة الإباحية على دعاة الإنسانية، التي تعمل بدورها على دفع المسلمين نحو العجز الاقتصادي، والكسل الفكري والتقليد الاجتماعي، وتضع قائمة من الأوهام التي تعلم الناس كيف يقعدون ريثما يتوارث العالم الغربي أسلاب الأمم، ويتقاسم ثروات الشعوب.

لذلك أحس العالم العربي والإسلامي بأهمية الاستحواذ على اكبر نوعية وأعلى جودة من وسائل الإعلام، فوصل العرب والمسلمون إلى الشعور بدور وفاعلية هذه الوسائل في تحديد مواطن القوة في الشعوب.

إذن فالمستقبَل: هو لمن يسيطر على وسائل الإعلام الحديثة، ويستخدمها استخدام الحريص على أفكاره، والذي لا يهمل إدارتها للترفيه والتسلية فقط، وهنا يؤكد مؤلف كتاب (سياسة القوة: مُستقبَل النظام الدولي والقوة العظمى): أن المرحلة القائمة ليست نظاما دوليا جديدا، ولكنها مرحلة انتقالية لم تُسمَّ بعد، ولم تستقر على حالة نهائية، والخريطة العالمية ترشح العودة إلى ثنائية قطبية أو متعددة الأقطاب.

وهذا جدول يوضح مراحل استخدام وسائل الإعلام في تاريخ الإنسانية، وهو على وفق ما يراه (ماكلوهان)على أربع مراحل:

المرحلة الشفوية	أي مرحلة ما قبل التعلم إلى المرحلة القبلية
مرحلة كتابة النسخ	ظهرت في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام
عصر الطباعة	من سنة ١٥٠٠م إلى سنة ١٩٠٠م تقريبا
عصر وسائل الإعلام الجماهيرية	من سنة ١٩٠٠م تقريبا إلى الوقت الحاضر

لذلك بدا العالم العربي بالإحساس بأهمية الإعلام من خلال ما نلحظ، من كثرة القنوات الفضائية الإسلامية، وتعددها، وتنوع اتجاهاتها، وكثرة الصحف ذات الطابع الإسلامي كثرة متواضعة، واستخدام المواقع والمنتديات الإسلامية على الشبكة العنكبوتية، فكل هذا يدل على إحساس دعاة اليوم بأن وسائل الإعلام هي: لسان الميزان التي تقرر من بيده سلطة المعرفة وسلطة نشر ثقافته على غيره، إذا لا يتصور عند العقلاء الوصول إلى هدف دون استخدام الوسائل أو الوسيلة الموصلة إليه.

المطلب الثاني: التعريف بمصطلح الوسيلة

الوسائل في اللغة: مفردها وسيلة.

والوسيلة: مصدر من الفعل الثلاثي وسلَ، ومن معانيها الرغبة والطلب، يقال وسلَ إذا رغب، والواسل(الراغب إلى الله ﷻ) .

والوسيلة: هي الوسيلة، والواسلة: المنزلة عند الملك، والدرجة، والقربة، وَوَسِل إلى الله تعالى توسيلاً، عمل عملا تقرب به إليه، كتوسل ، وهي: ما يتقرب به إلى الغير، والجمع الوسِيلُ والوسائِلُ، وهي أيضاً:ا لقُربة ، ومن ذلك قوله تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إليه الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾، قال ابن جرير (رحمه الله) في تفسير قوله تعالى ﴿وَابْتَغُوا إليه الْوَسِيلَةَ﴾، أي: اطلبوا القربة إليه بالعمل بما يرضيه، ومنه قول الشاعر:

إن الرجال لهم إليك وسيلة   أن يأخذوك تكَحلي وتخضبي

ثم نقل (رحمه الله) عن جمع من السلف تفسيرهم الوسيلة: بالقُربة.

وقال ابن كثير (رحمه الله) في تفسير الآية، والوسيلة: هي التي يتوصل بها إلى تحصيل المقصود، ومن معاني الوسيلة أيضاً: المنزلة عند الملك، والدرجة ، ومن ذلك تسمية أعلى منزلة في الجنة بالوسيلة، كما جاء في الحديث (إذا سمعتم المؤذن فقولوا مثل ما

يقول، ثم صلوا علي، فإن من صلى علي صلاة صلى الله عليها عشراً، ثم سلوا الله لي الوسيلة، فإنها منزلة في الجنة لا تنبغي إلا لعبد من عباد الله، وأرجو أن أكون أنا هو، فمن سأل الله لي الوسيلة حلت له الشفاعة).

قال الجوهري (ما يتقرب به إلى الغير، والجمع الوسل والوسائل)، إذ لا يتصور البتة الدعوة إلى شيء بدون وسيلة، قال ابن تيمية: (إنَّ الداعي الذي يدعو إلى أمر لا بد فيما يدعو إليه من أمرين:

أ- المقصود والمراد.

ب- الوسيلة والطريق الموصل إلى المقصود .

والمعنى الأول ما يتقرب به إلى الغير، وهو المعنى المراد، فيكون تعريف وسائل الدعوة إذن: ما يستخدم لتبليغ الإسلام للناس، وتعليمهم إياه، وتطبيقه في حياتهم.

وهناك سمات يجب أن تتوفر في الوسيلة الاتصالية، منها:

١. أن يتوفر فيها عنصر الإتاحة، بحيث تكون متاحة للجميع، ويمكن الحصول عليها دون عناء.
٢. أو تكون تكاليفها قليلة بحيث تكون ميسورة بصورة عامة لأغلب الجماهير من الناحية المادية.
٣. أن تتعدى بمضمونها اهتمامات مصالح جماعة خاصة ما دامت في أساسها تتوجه إلى الجمهور الواسع المتنوع.

فالوسيلة الإعلامية الإسلامية تهدف (إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب، في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير، وميولهم واتجاهاتهم، وهذا يعني أن غاية وسيلة الإعلام هي: توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف وإقناعهم بأن يسلكوا مسلكاً معيناً .

وقال باحث آخر والوسيلة: هي وسيط يتيح للجمهور أن يرى ويسمع، أو يرى ويسمع في أن واحد رموز الرسالة الاتصالية، أي: إنها الوسيط الناقل للرسالة وهي في الوقت نفسه تحت تحكم المستقبل إلى حد ما.

وبهذه الوسائل التي اختزلت المسافات وألغت الجغرافية، وأعرضت عن الزمن، وحولت العالم لكرة سحرية يقلبها الجمهور كيفما يشاء، ويغترف منها ما يريد، أو يستدرج به أن كان هذا بواسطة إعلام هادف أو غيره.

ولهذا نرى أن هناك من هاجم وسائل الإعلام؛ لأنه رأى أنها تؤدي إلى آثار شهوانية تحطم البنيان الإنساني، من خلال ما تعرض من رسائل تجانب الإنسانية والفطرة البشرية، وتصور الكذب حقيقة والعنف طبيعة، والقتل عادة والأخلاق السليمة شذوذاً، والانحراف الجنسي والحيواني أمراً طبيعياً عصرياً.

وبهذا تؤثر على سلوك الناس ومواقفهم وقيمهم، في حين نرى أن هناك من يدافع عنها ويعدها أسباباً لجعل الخدمات مشاعاً لجميع البشرية، وان الخير موجودٌ فيها كما الشر أيضاً، من خلال ما تنقل وتوصل من معارف وعلوم وتوعية وتقويم للمجتمعات، وللأسر، وما نراه في المجتمع الإسلامي يبرهن على ضرورتها، فإننا نلاحظ أن للرسائل الدعوية الإسلامية التي تصل إلى الجمهور وتشركه مع غيره لأشد الأثر في تنشئة الأجيال على المسار الصحيح للإسلام، ولها الأثر في توجيه الناس على تبني موقف واحد ضد ما يتعرض له المجتمع الإسلامي من هجمات متلاحقة، ما فتئت تحاول بث روح الانهزامية في قلوب المسلمين، لذلك فإن ما تقوم به الوسيلة الإعلامية وبتنوع أشكالها هو: محايدة ولا تعنصر فيها؛ لأنَّ الوسيلة: هي وسيلة يستطيع أن يستخدمها جميع الناس وأن تعددت مضامينها.

وتتحكم فيها العقلية التي تقوم بتشغيلها، فان أُستعملت في الخير نقلت الخير، وإن استُعْملَت في الشر نقلت الشر، ولا يعد هذا حكماً بالتحليل أو التحريم

في استخدام هذه الوسائل، بل نذهب ـ كباحثين في ميدان الإعلام الإسلامي ـ إلى أن استخدام هذه الوسائل هو مكمل لعوامل أخرى تجتمع فيما بينها لتؤدي واجب الدعوة والإعلام بالإسلام، ومحاولة إعادة قوة الإسلام وعزته السليبة، التي اسُتلبت منه بهذا الوسائل نفسها.

واستخدام الوسائل المعاصرة: هو من أهم مصادر القوة في عصرنا، إذ يقول الباحث الأمريكي (جوزيف ناي) القوة: هي القدرة على التأثير في الأهداف المطلوبة وتغيير سلوك الآخرين عند الضرورة، بالقوة الصلبة العسكرية، أو الناعمة الثقافية، أو الاقتصادية ، وهذا التأثير وهذا التغيير لا يكون تاماً إلا إذا أجاد المسلمون استخدام هذه الوسائل بكل أنواعها، ولا سيما المعاصرة، والفاعلة على ارض الواقع، ومنها التلفاز والأنترنت.

ويمكن القول إن هذه الوسائل: هي أدواتنا المتبقية لنحقق ما نؤمن به من أهداف، فينبغي الاعتناء بها والتدقيق في بحثها واختيارها وتسخيرها لخدمة أهداف الدعوة الإسلامية ، فلو نظرنا إلى كمية هذه الأدوات وما هي كمياتها عندنا ـ مقارنة مع ما هو موجود في الدول الغربيةـ لتبين لنا أن العالم الإسلامي أو الدول النامية (كما يحلو للبعض أن يسميها): لا تملك ربع ما هو موجود في تلك الدول، وربما يسأل سائل ويقول: فبماذا يمكن تفسير هذه الأعداد من أجهزة المذيا ع وأجهزة الاستقبال، والشاشات المرئية التي تنتشر في العالم العربي والخليجي خاصة ؟.

والحقيقة: إن جميع هذه الأجهزة والوسائل لا يصلح أن تكون وجهاً مقارنة من ناحية: أن الغرب يملك زمام هذه الوسائل ويحركها كيفما يشاء ويحرك جمهورها حسب ما تتوقف عليه رغبة وعقلية مُلاكُّها، مع العلم أن أصحاب هذه الوسائل ومن لديهم السلطة عليها هم الغرب الذين ما برحوا يكنون العداء للإسلام والمسلمين.

مع أننا نمتلك أجهزة استقبال الرسائل الإعلامية إن كانت عبر الأثير كالإذاعة والتلفاز، او الجديدة كالأنترنت وقوالبه، أو لدينا أسواق تنشر ما يؤلف في تلك الدول من مؤلفات وكتب ومجلات وصحف ليصبح المستقبل العربي بعدها كملتقط للبث الغربي.

وهنا أصبح الكثير من أبناء الأمة الإسلامية يعرف ماهية الإسلام من منظور غربي، فنراه يرتد وينقلب على تعاليم هذا الدين، وشرائعه وينكر عليها؛ لأنه قد استقى هذا العلم من مؤسسات غربية، أوصلت ما تراه عن الإسلام كما تراه هي، لا كما يراه المسلمون أنفسهم، فحصل ذلك الارتداد.

كما أصبح العالم الغربي يرى الإسلام بعين ما يراه أصحاب ومُلاّك تلك الوسائل التي تحكم السيطرة عليها الأجندة الصهيونية والصليبية المعادية المتطرفة، وبعد هذه المقدمة يمكن طرح بعض التساؤلات التي يتداولها اليوم من له شعور الانتماء أو مسؤولية إسلامية، علّنا نجد ما يروي الظمأ من خلال المباحث اللاحقة، وهذه التساؤلات هي:

١. إلى أي مدى مُنح المسلمون حق التعريف بدينهم الإسلامي ؟
٢. إلى أي مدى أحسن علماء الإسلام استخدام وسائل الإعلام لخدمة الدين في العصر الحديث ؟.
٣. كم من الوسائل الإعلامية مستقلة استقلالية كاملة فيما تبث من رسائل إسلامية ؟
٤. كم يصدر من الكتب والمجلات التي تحاول أن تعرف بالإسلام للغرب، مقارنة مع الكتب والمجلات والصحف الإسلامية التي تهاجم بعضها بعضا داخل المجتمع الإسلامي ؟.

٥. إلى أي مدى أظهرت الوسائل الإعلامية العالم الإسلامي: بأنه عالم جميل واقعي مسالم علمي، مقارنة مع ما يظهر على أيدي الصحف في المجتمعات الإسلامية التي تشهر بالإسلام، وبالشخصيات الإسلامية ؟.
٦. لماذا وصل الجمهور الإسلامي: إلى أنه يثق بالقنوات أو الإذاعات أو الصحف الغربية بنقلها للمعلومة أكثر مما يثق بالوسائل الإعلامية الإسلامية ؟.
٧. كم نملك من القنوات الفضائية المعتدلة، مقارنة مع القنوات التجارية بالمقارنة مع ما يملك غير المسلمين من القنوات ؟.
٨. كم نملك من الإذاعات الدعوية, مقارنة مع ما يملك الغرب من الإذاعات التنصيرية ؟.
٩. كم دراما أنتجت ذات طابع إسلامي معتدل تؤكد على القيم الإسلامية والأخلاق العربية، مقارنة مع ما ينتج من الأفلام والمسلسلات التجارية الإباحية ؟.
١٠. ما هو كم المعلومات التي يشارك فيها العالم الإسلامي في الشبكة العالمية للأنترنت ؟.
١١. كم عدد المواقع الإسلامية والمنتديات الإسلامية مقارنة مع المواقع الإباحية والمواقع الموجهة ضد الإسلام ؟
١٢. لماذا نداهن وسائل الإعلام الغربي محاولين إرضاءَهم بعرض رسائلهم الإعلامية علما إن مضمونها غربي وهدفها يعود بالفائدة على الثقافة الصهيونية والصليبية ؟.

وإلى غيرها من الأسئلة التي تجول في خاطر الناظرين لحال الأمة الإسلامية اليوم

وإذا أردنا التعريف بوسائل الإعلام فلا بد من أن نميز بين أمرين:

الأول: إن مصطلح وسائل الإعلام لو أطلق ولم يضف إليه ما يقيده فإنه يشمل كل الوسائل الإعلامية قديمها وحديثها.

الثاني: أما إذا قورن بالحديثة، أو العصر الحديث، أو الإلكترونية، فإنه يقصد به المذياع والتلفاز والأنترنت، وجهاز الاتصال المحمول الهاتف الجوال، ويمكن تعريفها بأنها أدوات لنشر كافة أنواع المعلومات عن طريق الوسائل الإلكترونية ، أما الوسائل بصورة عامة فهي تشمل كل اتصال فردي، أو جماعي، عبر أي قناة أكانت محاضرة أو ندوة أو كتاب أو صحيفة أو مذياع أو سينما أو مسرح أو شريط مسموع أو تلفزيون أو أنترنت أو هاتف جوال تؤدي إلى تشارك الآراء بين الجمهور، فهي وسائل الاتصال.

مظاهر الحكمة في جانب الوسائل الدعوية :

١ – في الوسائل المعنوية :

وهي " الأخلاق الكريمة، والصفات الحميدة "

على الداعية إلى الله تعالى أن يختار الخلق المناسب للموقف المناسب، وذلك بحسب الأحوال والمواقف، فمن رفق ولين إلى شدة وعنف، ومن عفْو وصفح إلى قوة وبطش، فقد وصف الله عز وجل عباده المؤمنين بقوله ﴿أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ.....﴾ وقوله ﴿أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ...﴾ فليس من الحكمة في شيء وضع الشدة موضع اللين أو العكس.

٢ – في الوسائل المادية:

* استعمال الداعية كل وسيلة مباحة متيسرة متوفرة في عصره أياً كان مصدرها وصانعها, وذلك شكراً لله على توفيرها له, ومبالغة في القيام بدعوته ووظيفته.

* اجتناب كل وسيلة محرمة أو مكروهة: لأن للوسائل حكم الغايات, والوسيلة لا تبرر الغاية في الدعوة الإسلامية.

* تجريد الوسيلة المشوبة وهي (التي اختلط فيها الحلال بالحرام) عما شابها, واستعمالها بعد تجريدها_ كما فعل -صلى الله عليه وسلم- في وسيلة (النذير العريان).

* التوسع والترخص باستعمال الوسيلة (المختلف في حكمها) في حالة الضرورة أو الحاجة الملحة, والمصلحة العامة, والتورع عن استخدامها في غير ذلك من أحوال.

* الترقي بالوسيلة الدعوية لتكون مكافئة للدعوة، ومتفوقة على وسائل العدو، قال تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ﴾وإرهاب العدو يكون بوسيلة مكافئة للمهمة، ومتفوقة على ما عند العدو.

المبحث الثاني أساليب الإعلام الدعوي

الأساليب في اللغة: الأساليب جمع مفرده أُسلوب، بضم الهمزة، وتطلق ويراد بها: الطريق والفن، يقال: هو على أسلوب من أساليب القوم، أي: على طريق من طرقهم، ويقال: أخذنا في أساليب من القول، أي: أخذنا بطرق وفنون متنوعة ، ويأتي بمعنى: السطر من النخيل والطريق الممتد والوجه والمذهب وطريقة المتكلم في كلامه ،وغيرها من المعاني .

وهي تشير عند استخدامها في سياق متصل بأنها: سلوك إنساني ما، تشير إلى القسمات المحدّدة التي تطبع هذا السلوك بطابع يمنحه هويته الخاصة ، وعلى هذا التعريف يكون الأسلوب: هو الفن أو الطريق الذي يمر به المرسل أو المتكلم في تكوين كلامه واختيار ألفاظه، فهو يعد: منهجاً كلامياً يتخذه المتكلم في تأدية ألفاظه، ومعانيه بقصد التأثير ، ويأتي بمعنى: الاتجاه الديني، أو العقدي، أو الفكري، أو الميول

النفسي، أو العاطفي وغيرها، قال تعالى ﴿وَلا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ﴾ ،وقيل هو الأهواء والبدع.

ثانياً: الأساليب في الاصطلاح:

يراد بالأساليب في الاصطلاح الصيغة التي يعبر بها، أو الحلية اللفظية، والشكل الجمالي والإطار الفني الذي يُقدَم به المعنى، أو ما يقوم مقامه، وهو بذلك: كل ما يتَوصل به إلى القُبول والإقناع ، وقيل: هو الفن، فأساليب الدعوة: هي فنون الدعوة، وهي الشكل الذي يتم به الأداء مثل الحكمة، والموعظة، والقدوة الحسنة، والجدل إلى أخرها .

والفن: التزيين، وافتن الرجل: اخذ في فنون من القول، ويقال: افتن في حديثه وفي خطبته، إذا جاء بالأفانين ، وهذه الفنون والطرق هي بالحقيقة أدوات تأثر في المتلقي؛ لما فيها من التفاتات تعطي للمتلقي القوة في التلقي، وتؤثر على تقبل الرسائل الإعلامية أو الدعوية؛ ولأنها بذلك تؤثر على إزعاج العقل ككل لكي يستعد لما يستحصل من المرسِل، وهذا الإزعاج: هو استثارة لجوانب متعددة منها: استثارة لجوانب العاطفة، وجوانب الغرابة في الرسائل، وتكرار الرسالة، والتقسيم، وإعمال العقل والقلب، ومسايرة هذا الأسلوب والدخول معه في التجاوب، وإلى غيرها من الإستثارات التي تؤدي إلى تهيئة العقل والقلب للاستماع، أو مشاهدة ما يُلقى إليه، والقضاء على ما يحاول أن يقطع هذا التواصل؛ لذلك فقد عرفها (عبد الكريم زيدان) بقوله (إن الأساليب: علم يتصل بكيفية مباشرة التبليغ، وتجاوز العوائق التي تقف بين المرسِل والمتلقي) ، وعلى ذلك تكون أساليب الدعوة والإعلام هي: هيئات وكيفيات يتم عبرها أداء وإيصال الإعلام والدعوة وتبليغه من خلال مسالك تؤثر في المخاطب ، وهذه الهيئات والكيفيات هي: أنواع وفنون تعطي أشكالاً من الدعوة وتؤتي أكلها؛ لأن بهذا التنوع في الأساليب يُعطي حافزاً نفسياً للمتلقي لكي يُقبل على الأمر؛ ولان من طبيعة الإنسان انه يمل أي شيء يُكرر عليه بشكل دوري مستمر، في حين كلما

تعددت أنواع الدعوة وهيئاتُها تكون أدعى لِلَفْتِ الانتباه، وهذا ينسحب حتى على الأوقات والأماكن حيث أن التنوع والتعدد في الأماكن هو مُدعاة لجذب الانتباه، وإعمال العقل للنظر في ماهية هذا الشيء.

والأساليب: هي إبداعات شخصية تُعطِي جمالية رائعة، تقوم على التنسيق والتزيين في الألفاظ يتوصل إلى نجاحها بعد تجارب ودراسة ، وقيل الأسلوب: جزء متكامل منسق تاريخيا ومستقر، من نسق خيالي، ووسائل ومناهج التعبير الفني التي تؤكدها مماثلة المضمون الجمالي والاجتماعي، وهذه المماثلة تتحقق على أساس قوة منهج إبداعي محدد.

ويقاس مدى نجاح هذه الأساليب بمدى التأثير في المقابل في الإبلاغ والإقناع، وهذا هو مقصد الإعلام والدعوة.

وعلى هذا تكون الأساليب: هي عرض ما يُراد عرضه من معانٍ، وأفكار، وقضايا، وعبارات، وجُمل مختارة، تناسب عقلية المخاطبين، وأحوالهم، وأزمانهم، وما يجب في كل حال.

وبعد كل ما قدمنا من بيان لمفهوم الأساليب نستنتج أنّ التوافق والترابط بين عقلية الجماهير وما يُعرض، وبين حاجة الجماهير وفنون تلبية هذه الحاجات على اختلاف أنواعها هي: أهمية قصوى لنجاح التواصل أو الدعوة، وهذا ما يتصدر له الداعية، أو الإعلامي للوضع حسب ما يرغب به.

إن القلوب تستريح إلى الفنون المختلفة، وتسأم من الواحد قال الخليفة الرابع علي رضي الله عنه (إن القلوب تمل كما تمل الأبدان، فاهدوا إليها طرائق الحكمة) ؛ لأن المعنى المصوغ في ألفاظ مؤلفة على صورة، تكون اقرب لنيل الغرض المقصود من الكلام، وأفعلَ في نفوس سامعيه .

وعلى هذا تكون الأساليب هي: أشكال دعوية إعلامية توجد بحسب عقول المخاطبين ومستوياتهم، فنرى طائفة من الناس علماء ومفكرين يكون أسلوب الدعوة معهم بأسلوب الحكمة، وما يتفرع منها من أساليب مخاطبة العقول قبل غيرها، وطائفة أخرى من الناس يكون الخطاب معهم على أسلوب الموعظة الحسنة، والنصيحة الملتزمة فضلاً عن الحكمة، أما طائفة المجادلين والمعاندين، فيستخدم معهم أسلوب الجدل المرتكز على الحكمة المبني على المفاوضة والمناقشة الحسنة التي لا يشوبها عنف ولا إكراه، ولا تخالطها غلظة بل تدور المفاوضة استناداً لقاعدة المنطق السليم والنقاش البنّاء، وان كانت الحكمة والموعظة الحسنة والجدال بالتي هي أحسن يتغير بتغير الظروف وحال الدعوة.

وبهذا لا يمكن أن يقوم بتأدية هذه الأساليب شخص عادي (لأن الوصول إليها يحتاج إلى عقل مبدع، أو عقل عبقري) ،والأنبياء (عليهم الصلاة والسلام) هم أهلٌ لذلك المكان، ومن يأتي من بعدهم ومن أتباعهم ومن اصطفاهم الله تعالى من عباده ومن قذف في قلوبهم هذه الموهبة الربانية، ومثال ذلك قصة سيدنا نوح عليه السلام قال تعالى﴿ ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جِهَاراً ۞ ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَاراً﴾ ،فقد قال المفسرون فيها (إعلم أن هذه الآيات تدل على أن مراتب دعوته كانت ثلاثة: فبدأ بالمناصحة بالخير، ثم ثنّى بالمجاهرة، فلما لم يؤثر جمَعَ بين الإعلان والإسرار، وكلمة (ثم) دالة على تراخي بعض هذه المراتب عن بعض إما بحسب الزمان، أو بحسب الرتبة؛ لأن الإجهار أغلظ من الإسرار والجمع بينهما أغلظ من الإجهار وحده)؛ (ولأن التنقل من أسلوب إلى أسلوب ادخل إلى استجلاب النفوس واستمالة القلوب).

وفي ضوء ما قدمنا فإنَّ الأساليب هي فنون مبتكرة لا يقوم بها إلا مالك لزمام أمور النفوس، المقدم فكرته بمعنى جميل وأسلوب أخّاذ يزيد في بهاء فكرته وفي توهج معانيها، وهذا ما سار عليه القرآن الكريم في أساليبه فهو يأسر السمع عند سماعها، ويملك القلوب حين المرور بها، ونهلت من هذا المنهل السنة النبوية، إذ كانت

موحى بها من رب العالمين، وهي كلام صادق له تأثير في النفوس قلما تجد له مثيلاً، يقول تعالى ﴿إِنْ هُوَ إِلا وَحْيٌ يُوحَى﴾ ، كما أن هذين المصدرين هما المنبع والمعين الذي لا ينضب من الأساليب الدعوية والإعلامية، إذ من الصعب والمستحيل أن يحيط أحد بكل أساليب الدعوة والإعلام في القرآن الكريم؛ لأن القرآن الكريم أينما تقلبه يثمر خيراً، وحيثما توجهه يأخذ بالقلوب قبل العقول، فيأخذ بالحس والوجدان قبل أن يترك المجال للمدعو حتى يراجع نفسه فيما سمع من هذا القرآن الكريم.

وآثار ذلك ظهرت في النفوس في فترة قصيرة إذ عمَ ضياؤه الأرض ، بل وشمل حتى الجن فضلاً عن الإنسان، إذ كان لأساليبه وتأثيرها دويٌّ لا تتسع له الأرض وما حولها وفي كل كلمة، أو أي علم، أو منهج، أو أسلوب ترغيب أو ترهيب، أو إنباء فيه حكمة لأصحاب العقول، وإعلام بالجدل لأقسى القلوب وأبعدها عن الصواب، أو فن يخاطب وجدان أبسط الناس.

وبناء على ذلك فقط جمع المؤلف أهم أساليب الدعوة والإعلام في القرآن الكريم والسنة المطهرة، وأساليب السلف الصالح والمجتهدين وعلماء الفكر والإصلاح على مر العصور، وحسب تسلسلها في تحقيق الغاية[1].

أولاً: أسلوب الحكمة

ثانياً: أسلوب الترغيب والترهيب.

ثالثاً: أسلوب الجدل.

رابعاً: أسلوب الأمثال

خامساً: أسلوب التشويق.

احد عشر: أسلوب اللين والرفق:

اثنا عشر: الأسلوب الشعري.

الثالث عشر: أسلوب المحورية في الخطاب.

الرابع عشر: أسلوب تأليف القلوب.

الخامس عشر: أسلوب التشكيك في

---

[1] للاستزادة: امكانية الاطلاع على الأساليب بصورة كاملة، أطروحة الدكتوراه للمؤلف- وسائل وأساليب الإعلام والدعوة في العصر الحديث- من صفحة ٩٠ إلى صفحة ١٢٦.

سادساً: أسلوب إظهار العناية والاهتمام.

سابعاً: أسلوب تحليل الأخطاء قبل وقوعها:

ثامناً: أسلوب احتواء عقول المخاطبين.

تاسعاً: أسلوب الترويح والترفيه.

عاشراً: أسلوب الثناء على الصادقين والتوبيخ للعاصين.

معتقدات المدعوين

السادس عشر: أسلوب الحقائق العلمية

السابع عشر: أسلوب ذكر الأعداد:

الثامن عشر: أسلوب التصوير القصصي

التاسع عشر: أسلوب التكرار.

المبحث الثاني: المناهج الدعوية

المطلب الأول: التعريف بالمناهج الدعوية:

أولا: تعريف (المنهج):

١. المنهج لغة:

لغة: قال ابن منظور: (نهج... وأنهج: وضح واستبان وصار نهجًا واضحًا بينًا).

وجاء في المعجم الوسيط ما يلي: (والمنهج والمنهاج: الطريق الواضح، والخطة المرسومة، ومنه منهاج الدراسة، ومنهاج التعليم، ونحوهما).

٢. تعريف مناهج الدعوة اصطلاحاً

اصطلاحًا: يقول الدكتور علي جريشة :(وهو عندنا: الخطة أو التخطيط اللازم لشيء ما) ويقول الدكتور محمد أبو الفتح البيانوني مناهج الدعوة هي: نظم الدعوة، وخططها المرسومة لها، فيقال : نظام العقيدة في الإسلام، ونظام العبادة، ونظام الاقتصاد، وما إلى ذلك، كما يقال : نظام التبليغ، ونظام التعليم، ونظام التطبيق، كما يقال : المنهج العاطفي، والمنهج العقلي، والمنهج الحسي.

وعليه فإن المعنى المراد بمصطلح المنهج الدعوي : الطريق الواضح الذي يرسمه ويخطه الداعية، ثم يسلكه ويسير عليه في دعوته وتبليغه شرع الله ﷻ.

ثانيا: الفرق بين منهج الدعوة وأساليب الدعوة:

أ-المناهج الدعوية هي قضايا وموضوعات الدعوة مثال التي جاءت في قوله تعالى : ﴿وَاعْبُدُواْ اللّهَ وَلاَ تُشْرِكُواْ بِهِ شَيْئاً وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَاناً وَبِذِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَى وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللّهَ لاَ يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالاً فَخُوراً﴾ سورة النساء٣٦.

ب-إن منهج الدعوة رباني كله من عند الله. لا مجال فيه للاجتهاد.

الأساليب:

أ- كيفية وطرق تطبيق قضايا المنهج.

ب-جاء قواعد كلية وأسس عامة لكي يتخذ المسلمين ما يتلاءم مع ظروف الزمان والمكان.

ثالثا: أهداف المناهج الدعوية

تنقسم الأهداف الدعوية إلى نوعين أساسيين، هما :

القسم الأول ـ أهداف خاصة وجزئية

القسم الثاني ـ أهداف عامة وكلية

فالأهداف الخاصة والجزئية مثل : الغاية التي شرعت من أجلها العبادات، كالصلاة، والصيام، والزكاة، والحج.

والأهداف العامة والكلية تتنوع إلى نوعين:

الأول – أهداف مجملة.

الثاني – أهداف مفصلة.

فالأهداف المجملة : تحقيق مرضاة الله على جميع المستويات وفي جميع الميادين، قال تعالى :﴿ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالإِنْسَ إِلا لِيَعْبُدُونِ ﴾ سورة الذاريات : ٥٦.

والأهداف المفصلة :

١– إحقاق الحق وإبطال الباطل، قال تعالى :﴿ لِيُحِقَّ الْحَقَّ وَيُبْطِلَ الْبَاطِلَ وَلَوْ كَرِهَ الْمُجْرِمُونَ﴾

٢– إنقاذ الناس من الضلال إلى الهدى ومن الظلمات إلى النور، وقال تعالى :﴿ اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُمْ مِنَ الظُّلُمَاتِ إلى النُّورِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا أَوْلِيَاؤُهُمُ الطَّاغُوتُ. . . ﴾

٣– بناء الشخصية المسلمة والمجتمع المسلم قال تعالى :﴿ قُلْ إِنَّ صَلاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾ سورة الأنعام : ١٦٢.

المطلب الثاني: أنواع المناهج :

تتنوع المناهج من حيث جوانب عدة واهم تلك الجوانب:

تنقسم المناهج الدعوية إلى أربع حيثيات، هي :

أ. من حيث واضعها أو مصدرها **ب. من حيث موضوعها**

ج. من حيث طبيعتها **د. من حيث ركائزها**

اولا: من حيث واضعها أو مصدرها :

تنقسم المناهج الدعوية من حيث هذه الحيثية (من حيث واضعها أو مصدرها) إلى قسمين أساسيين، هما :

أ. المناهج الربانية : وهي المناهج التي وضعها الشارع لهذه الدعوة عن طريق القرآن، أو السنة، فهي مناهج معصومة عن الخطأ، وأصل للمناهج الدعوية كلها... قال الله ﷻ :﴿ لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ﴾ سورة المائدة : ٤٨.

ب. المناهج البشرية : هي المناهج الدعوية التي وضعها الدعاة والعلماء ان كانوا علماء نفس او اجتماع أو إعلام إسلامي، باجتهادهم في أي جانب من جوانب الدعوة، تطبيقا للمناهج الربانية، واعتمادا عليها، وذلك بما يتناسب مع زمانهم ويتلاءم مع ظروف المدعوين من حولهم، وهي مناهج يحتمل الخطأ والصواب فيها، كأي مسألة اجتهادية لا يعدم المجتهد فيها أجراً أو أجرين، وللدعاة أن يأخذوا منها أو يتركوا ما شاءوا اللهم إلا مناهج الخلفاء الراشدين (رضوان الله عليهم أجمعين) التي أُمرنا بالتزامها والأخذ بها والعض عليها بالنواجد.

ثانيا : من حيث موضوعها :

تتنوع المناهج الدعوية من حيث موضوعها إلى أنواع عديدة، وذلك لشمول الدعوة الإسلامية لجميع جوانب الحياة الإنسانية، فهناك مناهج عقدية، وعبادية، واجتماعية، واقتصادية، وعسكرية، وسياسية، وصحية، ورياضية، وترويحية، وما إلى ذلك، قال الرسول ﷺ :(بلغو عني ولو آية) وعلى هذا فموضوعات الدعوة: تنقسم على ثلاثة أقسام :

١. العقيدة ومسائلها
٢. الشريعة ومسائلها
٣. الأخلاق ومسائلها.

- العقيدة ومسائلها :

إذا تأملنا الأنبياء عليهم الصلاة والسلام فجميعهم يدعون قومهم إلى عبادة الله كما قال ﷻ عن شعيب وغيره من الأنبياء ﴿ وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا

لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ وَلَا تَنقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ إِنِّي أَرَاكُم بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ﴾ سورة هود: ٨٤

﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِن قَبْلِكَ مِن رَّسُولٍ إِلَّا نُوحِي إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَٰهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ﴾ سورة الأنبياء.٢٥

ولقد مكث النبي ﷺ في مكة ثلاث عشرة سنة يدعو قومه إلى التوحيد، وكانﷺ يأتي الناس في أماكنهم ويقول لهم: (يا أيها الناس قولوا لا إله إلا الله تفلحوا)، ويشمل الدعوة إلى العقيدة الدعوة إلى توحيد الربوبية، والألوهية، والأسماء والصفات.

- الشريعة ومسائلها :

قال الله تعالى ﴿وَأَنزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَٰكِن لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ﴾ سورة المائدة: ٤٨

ومسائل الشريعة، تشمل الصلاة وأحكامها، والصيام وأحكامه، والزكاة وأحكامها، والجهاد وأحكامه، والمعاملات وأحكامها، والجنايات وأحكامها وغيرها، من مما ذكر في كتب الفقه والأحكام.

- الأخلاق ومسائلها :

وصف الله ﷻ رسوله بقوله ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾.سورة القلم:٤ ، والنبي ﷺ يقول : (إنما بعثت لأتمم صالح الأخلاق) فالإسلام حوى موضوعات الأخلاق ويشمل كل الأخلاق الكريمة والصفات الحسنه والسلوك المستقيم الذي جاء به الإسلام، ومن الأخلاق الحسنه التي حث عليها الإسلام وأمر بها، الأمانة، والعفة، والصدق، والعدل، والتواضع والحلم، والأناة، والصبر، والشجاعة، وغيرها.

وجاء الإسلام أيضاً وحذر من سيئ الأخلاق ورذائل الصفات مثل الغش،

الكذب، الغدر، عدم الوفاء بالعهد، الحسد، الحقد، الكبر، البخل، الطمع، الغيبة، النميمة، اللعن، السب، وغيرها من سفاسف الأخلاق ورذائل الصفات

يقول الله ﷻ:

﴿ إِنَّ اللّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالإِحْسَانِ وَإِيتَاء ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاء وَالْمُنكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُون ﴾ سورة النحل ٩٠

- إذاً الإسلام جاء للمحافظة على العقيدة والشريعة والأخلاق بل حث على أن تكون العقيدة صحيحة وأن تكون تطبيقاتنا لأمور الشريعة صحيحة وعلى أن تكون أخلاقنا وصفاتنا صحيحة.

ثالثا : من حيث طبيعتها

تتنوع المناهج الدعوية من حيث طبيعتها إلى :

- ✓ مناهج خاصة وأخرى عامة.
- ✓ مناهج فردية وأخرى جماعية.
- ✓ مناهج نظرية وأخرى تطبيقية... وهكذا...

فلكل منهج من هذه المناهج طبيعته الخاصة به، وميدانه الذي وضع له، فالمنهج الخاص لا يصاح تعميمه، والمنهج العام لا يصلح تخصيصه، وهكذا.

رابعا : من حيث ركائزها

تتنوع المناهج الدعوية بجميع أنواعها السابقة من حيث ركائزها، وذلك تبعا لتنوع ركائز الفطرة الإنسانية الثلاث : القلب، والعقل، والحس.

- فما كان من المناهج مرتكزًا على القلب، سمي : المنهج العاطفي.
- فما كان من المناهج مرتكزًا على العقل، سمي : المنهج العقلي.
- فما كان من المناهج مرتكزًا على الحس، سمي : المنهج الحسي أو التجريبي.

النوع الأول: المنهج العاطفي

وهو النظام الدعوي الذي يرتكز على القلب، ويحرك الشعور والوجدان.

أبرز أساليبه :

أ. أسلوب الموعظة الحسنة، ومن أشكاله :

١. الخطابة

٢. مدح الداعي للمدعو أو ذمه، وذلك بذكر خصائصه أو معايبه.

٣. الترغيب والترهيب، وذكر الثواب والعقاب

٤. الوعد بالنصر والتمكين

٥. قص القصص العاطفية المؤثرة.

وقد نص القرآن على هذا الأسلوب صريحا في قوله تعالى :﴿ ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة ﴾

ب. إظهار الرأفة والرحمة بالمدعويين، ويكون بكلمة طيبة مؤثرة، مثل المناداة بكلمة : يا أبت، يا بني..

أو بمشاركة وجدانية في موقف أو بمساعدة شخصية في أزمة..

ج- قضاء الحاجات، وتقديم المساعدات، وتأمين الخدمات.

مواطن استعمالاته :

١. حالة دعوة الجاهل

٢. حالة دعوة من تجهل حاله

٣. دعوة أصحاب القلوب الضعيفة كالنساء والأطفال، واليتامى...

٤. دعوة الآباء للأبناء، وبالعكس، ودعوة الأقارب والأصدقاء

٥. في مواطن ضعف الدعوة

خصائص المنهج العاطفي :

١. لطف أسلوبه

٢. سرعة تأثر المدعويين

٣. تخفيف وطأة العدو أو المخالف

٤. سعة دائرة استعماله

النوع الثاني: المنهج العقلي

وهو النظام الدعوي الذي يرتكز على العقل، ويدعو إلى التدبر والتفكر والاعتبار.

أساليبه :

١. المحاكمات العقلية، والأقيسة بجميع أشكالها، مثل قوله للشاب الذي استأذن بالزنا : (أتحبه لأمك ؟ قال : لا، والله، جعلني الله فداك، قال : ولا الناس يحبونه لأمهاتهم...)

٢. الجدل والمناظرة والحوار

٣. ضرب الأمثال بأنواعها، ﴿ وتلك الأمثال نضربها للناس لعلهم يتفكرون ﴾

٤. القصص التي يغلب عليها الجانب العقلي، ﴿لقد كان في قصصهم عبرة لأولي الألباب ﴾

مواطن استعمالاته :

١. مواطن إنكار المدعويين للأمور الظاهرة، والبدهيات العقلية، مثل قوله تعالى ﴿ أم خلقوا من غير شيء أم هم الخالقون ﴾ وقوله: ﴿ لو كان فيهما آلهة إلا الله لفسدتا ﴾ .

٢. مع المعتدين بعقولهم

٣. مع المنصفين من الناس، البعيدين عن التعصب لآرائهم

٤. مع المتأثرين بالشبهات، والمخدوعين بالباطل.

النوع الثالث: المنهج الحسي

هو النظام الدعوي الذي يرتكز على الحواس، ويعتمد على المشاهدات والتجارب.

أبرز أساليبه :

١. لفت الحس إلى التعرف على المحسوسات، للوصول عن طريقها إلى القناعات، كما في قوله تعالى : ﴿ وفي الأرض آيات للموقنين، وفي أنفسكم أفلا تبصرون، وفي السماء رزقكم وما توعدون ﴾ وقوله سبحان وتعالى ﴿ سنريهم آياتنا في الآفاق وفي أنفسهم حتى يتبين لهم أنه الحق﴾

٢. أسلوب التعليم التطبيقي، جاء في الحديث قول الرسول ﷺ (صلوا كما رأيتموني أصلي) وحديث (خذوا عني مناسككم).

٣. القدوة العملية في تعليم الأخلاق والسلوك، قال تعالى :﴿ لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر وذكر الله كثيرا ﴾

٤. تغيير المنكر باليد

٥. تأييد الأنبياء والرسل بالمعجزات الحسية والخوارق

٦. أسلوب التمثيل المسرحي.

المبحث الثالث: نظريات التأثير الإعلامية

قدم الباحثون العديد من التعريفات لمصطلح النظرية، فتترجم في الانجليزية theory ومعناه الجانب النظري من علم أو فن ، إذ النظرية هي عبارة عن قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية (فروض علمية) تقوم بربط مجموعة من المتغيرات، تعين الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً .

إن مفهوم النظرية نابع من مسالك وأساليب واستنتاجات وردّة فعل على فعل، أو حركة أو تصرف يحصر مفهوم أو فكر أو قضية تعتمد البرهان دليلاً على نجاحها، وهي النظرية.

أما مفهوم النظرية:

لا تكاد توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها، أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة، ذلك أن النظرية تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع.

كما تشرح النظرية ما تُحدثُه من تأثير في الجمهور، أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل، أو الرسائل الإعلامية، بل تتجاوز ذلك أحياناً إلى تقديم تصور عمّا يمكن أن يحدث مستقبلاً، كما تقدم النظرية تصوراً عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها.

والنظرية: هي محصلة دراسات، وأبحاث، ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه إطاراً نظرياً وعملياً لما تُحاول تفسيره، وقد قامت النظريات

على كمٍّ كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية.

وبذلك أطلق على عوامل التأثير: بنظريات التأثير، التي يستطيع الاتصال عبر وسائل الاتصال أن يحدد مدى تأثر الجمهور بهذه الوسائل الاتصالية، ومدى مواءمتها لاحتياجه وكيفية التسلل إلى التأثير الذي هو هدف وسائل الإعلام المختلفة.

إلا أن تحديداً دقيقاً للتأثير ومدى فاعليته يواجه صعوبة الدقة في هذا التحديد، ويظهر ذلك في مدى تحديد تأثر الجمهور بوسائل الاتصال عن التأثر بمؤثرات أخرى كمؤسسات اجتماعية، مثل الأسرة والمجتمع والبيئة التي يعيشها الإنسان، فهذه من السهل معرفة مدى تأثيرها؛ لأنها في اتصال مباشر مع المؤثر ويظهر تأثره بصورة واضحة جلية كأن يقلد الابن أسرته في تصرفٍ تأثر به، أو من مجتمعه، وبهذا تحدد مدى تأثره بالمؤثرات المحيطة، إلا إن التأثر بوسائل الاتصال يلاقي صعوبة في معرفة رجع الصدى، أو التغذية المرتدة والتي هي تأثير الاتصال.

وبذلك لاقى علم الاتصال صعوبة في معرفة أفضل وسيلة للتأثير، أو أفضل نظرية للتأثير لما ظهر له من عدم دقة في نجاح التأثير لبعض الوسائل.

ولهذا تعددت النظريات التي جعلت التأثير مفهومها ومحورها الرئيس، إذ إن مجمل النظريات، أو الفنون ترى أن لوسائل الاتصال تأثيراً في المجتمع ولكن تختلف مديات هذا التأثير كمّاً ونوعاً بفرضيات خاضعة لتجارب حدثت، أو في إطار دراسات أُجريت ، وكما نعلم أن الاتصال عملية تفاعلية ديناميكية حركية نفسية، أو اجتماعية لها علاقة بالإنسان بالضرورة تبني على دراسة تشارك المعلومات، وتبادلها عبر هيكلية مشتركة من الرموز.

(كما أن الاتصال الجماهيري هو الذي يُعنى بدراسة هذه الظاهرة، أثر شيوع وسائل الإعلام وانتشارها على نطاق واسع في المجتمعات).

وقد نظرت البحوث الإعلامية إلى الجمهور في بداياتها نظرة مفادها:انه جمهور سلبي وانه يتأثر بالإعلام ومضامينه بشكل مباشر، ثم ما لبثت تلك البحوث أن تطورت خصوصا بعد الانتخابات الأمريكية عام ١٩٤٠ م، لتدخل بين وسائل الإعلام والجمهور متغيرات أخرى تؤثر في استخدام الجمهور للإعلام .

لهذا فإنَّ الأبحاث التي تناولت التأثير وأنواعه ابتدأت من مطلع القرن العشرين وازدهرت في الأربعينات، ولاقت رواجاً ودراسات مختلفة في العقود المتلاحقة، للتحقق من المستويات الكبيرة مثل تأثيرها على المجتمعات ككل أو التأثير على المستويات الصغيرة كتأثيرها على الأفراد والجماعات ، كما أن مدار نظريات الاتصال تهدف إلى فهم كيف وتحت أي ظروف تنجح حملات وسائل الإعلام في التأثير في الرأي العام والاتجاهات .

وكما نعلم أن وسائل الاتصال بمفهومها العام تعمل على التأثير في المستِقبل لأجل أمور عدة أهمها:

١. خلق اتجاهات جديدة.

٢. تدعيم اتجاهات موجودة.

٣. تغيير اتجاهات موجودة.

لهذا عُد مفهوم التأثير هو ما دارت عليه تلك النظريات والتي كانت البحوث والدراسات تناقشه وتحلله، وتعطي فرضيات تريد الوصول بها إلى أفضل وأتم نظرية، تكون شاملة لمفهوم التأثير الكامل على الجمهور.

ولذا فإنَّ هذه البحوث والنظريات لم تكن تأتي لتقول إن فرضيتي صحيحة والأخرى خطأ، بل إن كل واحدة منها جاءت مكملة للتي قبلها، ومحتوية للتي قبلها

وتجعلها تنضوي تحتها لكي تصل إلى درجة عالية من الدقة لتأثير فعّال غير خاضع للنقد والتغير، وكما ذكرنا سابقا إن التأثير هو محور نجاح عملية الاتصال.

وقد ركز علماء الاجتماع والسلوك على مسألة التأثير منذ أقدم العصور، فقد ذكر أفلاطون، منذ حوالي ثلاثة آلاف عام أهمية الفن، (الموسيقى والشعر) كوسائل للتأثير في نفوس الناس.

كما اهتم أرسطو، بدور البلاغة والخطابة في الإقناع بوصفها قوة مؤثرة في نفوس الجماهير، ثم بعد الحضارة الإغريقية سادت حضارة العرب ويعتقد احد الباحثين أن الرواة الذين عنوا بنقل الأخبار وتبليغها، وحاولوا التأثير في الناس كانوا نواة الصحفيين العرب الذين قاموا بواجب الإعلام واستلهموا فكر التأثير باختلاف أساليبه .

ولأهمية الإعلام والدعاية بأساليب الشعر العربي الذي استخدمه العرب، في الجاهلية فقد أطلقوا على الاتصال تسمية (السياسة)، من باب تأثير السياسة في أتباعهم واجتذابها لهم عن طريق الدعاية ، كما اعتمد المسلمون أساليب عدة للتأثير في المخاطبين، وانظر إلى القرآن الكريم والسنة المطهرة، تجد أساليب متعددة جاءت جميعها من اجل التأثير، وان تنوع الأساليب فيه دلالة على أهمية المراد من هذا التنوع، وهو الحصول على تأثير منفعل من قبل المستقبل، والوصول إلى جعل الجمهور سلبي من جهة تعاليم الدين الإسلامي وإعلامه.

فمما لا خلاف فيه إن الاتصال عملية معقدة يمارسها الإنسان كنشاط مستمر في حياته اليومية سواء كان فردياً أو جماعياً أم مجتمعياً وهذا النشاط تختلف مضامينه ووسائله باختلاف هذا الاتصال.

وبما أن موضوعنا هو الإعلام الدعوي في العصر الحديث، لذا سنركز على نظريات التأثير المعاصرة، وهذه النظريات كنتيجة حتمية تكون نشأتها متغيرة لتغير

العوامل الوسيطة ، والتي أخذها الباحثون بنظر الاعتبار، أو التي تؤكد وتعزز الآراء التي اتخذها الجمهور.

العوامل أو العناصر الوسيطة والتي تؤثر في تغيير النظريات والتي ذكرها (جوزيف كلابر) هي:

١. الاستعدادات الإنسانية وما ينبثق عنها من عمليات ذات علاقة بالتعرض الانتقائي أو الإدراك الانتقائي أو التذكر الانتقائي إذن فالعنصر الوسيط هو الاستعداد الإنساني.

٢. الجماعات وما يسير عليه الجماعات التي ينتمي إليها الفرد أي الاستعدادات والميول التي تعكس معاير الجماعات التي ينتمي إليها الفرد غالبا ما تقاوم حدوث التغيير.

٣. دور الاتصال المواجهي في نشر المضامين الإعلامية.

٤. قيادة الرأي يمارسون تأثيرهم في دوائرهم من خلال تأييدهم أو معارضتهم.

طبيعة وسائل الإعلام في المجتمع الحر (الرأسمالي).

أما ابرز النظريات والنماذج الإعلامية[1] فهي كالتالي:

أولاً: نظرية التأثير المباشر (إطلاق الرصاصة) لوسائل الإعلام.

ثانيا: نظرية التأثير غير المباشر

ثالثا: نموذج طلب التماس المعلومات

رابعا: نموذج الاستخدامات والإشباعات

خامسا: نظرية الاعتماد

سادسا: نظرية التأثير الفعّال لوسائل الإعلام

---

(١) للاستزادة: الاطلاع على أطروحة المؤلف من صفحة ١٢٧ إلى صفحة ١٦٨

الخاتمة

بعد حمد الله تعالى ان وفقني لاتمام هذا الكتاب المختصر عن مباحث الإعلام الدعوي ظهر لنا جليا ان الدعاة في عالمنا المعاصر بحاجة ماسة إلى تحديث أساليب دعوتهم ومزاوجة اطروحاتهم الدعوية بنظريات اعلامية اصبحت علامة فارقة في نجاح الدعوات المعاصرة من فشلها وتبين ان لهذا الدين مدافعون ومناصرون عن احقيته لقيادة البشرية، يوضحون ويجلون وينقون صورة هذا الدين، وهم من بايديهم ثباته ورسوخه في القلوب، وعليه يحاولون ليلا ونهارا تجلية ما اعترى الإعلام الدعوي من ضبابية مقصودة جاء بها من يريد اضاعة السائرين عن طريق الصواب، وادامة التيه للسائلين عن الصواب من الافعال والشرائع والاحكام والمواقف، وهم اكثر من غيرهم مطالبون بهذا التحديث والتجديد للخطاب الدعوي ، فلله الحمد ان اوجد الله من عباده من يقوم بهذه المهمة وان كانت قاصرة عن بلوغ قمة المأمول لكن ارادة الله جعلت النقصان من علامات العباد ولاجله قال تعالى﴿وفي ذلك فليتنافس المتنافسون﴾ (سورة المطففين الآية ٢٦).



قائمة المراجع والمصادر

القران الكريم

١. إبراهيم الإمام، العلاقات والمجتمع(ط٤ ،القاهرة مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١ م).
٢. إبراهيم إمام أصول الإعلام الإسلامي، (دار الفكر العربي).
٣. إبراهيم امام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني،(دار الفكر العربي، القاهرة).
٤. إبراهيم امام، الإعلام الإسلامي،المرحلة الشفوية، (القاهرة،مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٠ م)
٥. ابراهيم امام، الإعلام والاتصال الجماهيري (ط ٣ القاهرة مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨١ م).
٦. ابراهيم محمد سرسيق، اصول الإعلام الحديث وتطبيقاته (مكة : مطابع الصفا، بلا ت)
٧. إبراهيم مدكور، مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز،(مصر، مطابع شركة الإعلانات إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط (استانبول، دار الدعوة، ١٩٨٩م).
٨. ابراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، (القاهرة دار الفكر العربي ١٩٨٠ م)
٩. ابو المجد السيد نوفل، الدعوة إلى لله تعالى خصائصه مقوماته مناهجها دراسة مقارنة،(القاهرة مطبعة الحضارة العربية ١٩٧٧ م).
١٠. أديب مروة، الصحافة العربية نشأتها وتطورها،(بيروت، دار مكتبة الحياة،١٩٦١ م)
١١. جيهان رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧١م)، ص ١٩٧.
١٢. حسن علي محمد، مقدمة في الاتصال ونظرياته . الإسهامات العربية المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون، المعجم العربي الأساسي . (تونس،بلا ناشر، ١٩٨٩ م)
١٣. خليل صابات، وسائل الإعلام- نشأتها وتطورها –(القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٥م)
١٤. دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته، ترجمة : عثمان العربي، (الرياض، مطابع دار طيبة،١٩٩٢م)

١٥. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ(القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٩م)
١٦. صالح أبو إصبع، الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة(عمان،دار آرام للدراسات والنشر، ١٩٩٥ م) ص ٦٣.
١٧. عبد الله شحاته، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني (القاهرة الهيئة المصرية للكتاب ١٩٧٨م)
١٨. عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (ط٥، الأردن اربد مكتبة الكتاني ٢٠٠٣م).
١٩. على إبراهيم النملة، الإفادة من الوسائل الحديثة في الدعوة (الرياض، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، مركز الدراسات والبحوث الإسلامية)
٢٠. عمارة نجيب، الإعلام في الإسلام (الرياض، مكتبة المعارف ١٤٠٠ هـ).
٢١. عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام، (مكتبة المعارف المملكة العربية السعودية ١٤٠٠ هـ -١٩٨٠م).
٢٢. غوردن هدبرو، الاتصال والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، ترجمة : محمد ناجي الجوهر (بغداد،دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩١م).
٢٣. فاروق ابو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي(القاهرة، ١٩٩١م)
٢٤. فرج الكامل، تاثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية والاجتماعية (القاهرة،دار الفكر محمد ساداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي (الرياض، دار الفضيلة ١٤٢٥ - ٢٠٠٤م)
٢٥. محمد بن مكرم بن منظور الأفريقي المصري(ت٧١١هـ)، لسان العرب، ج ١٥ (بيروت، دار صادر).
٢٦. محمد سعيد رمضان البوطي ، رفقة السيرة، (ط ٧ بغداد مكتبة المشرق الجديد ١٩٧٧ م).
٢٧. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام،(مكتبة الخانجي بالقاهرة،دار الرفاعي بالرياض، ١٤٠٣ هـ . ١٩٨٣م)

٢٨. محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: مجموعة من المحققين(بيروت، دار الهداية)

٢٩. محمد منير سعد الدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي (،بيروت، دار بيروت للطباعة والنشر ١٤١١ هـ ١٩٩١م).

٣٠. منتديات المنشاوي، نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، أبو عزام على الرابط: httpwww.minshawi.comvbshowthread.phpt=

٣١. منير البعلبكي،قاموس انكليزي عربي، المورد، (بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٩٨ م)

٣٢. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي(ت ٨١٧ هـ) ، القاموس المحيط، المجلد الرابع (القاهرة، مؤسسة الحلبي وشركائه، بلا ت)

٣٣. منى الحديدي ، الإعلان ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة – الطبعة الأولى ١٩٩٠م.

الحمد لله رب العالمين على فضله وكرمه

هذا الكتاب...

إن الدعاة في عالمنا المعاصر بحاجة ماسة إلى تحديث أساليب دعوتهم ومزاوجة أطروحاتهم الدعوية بنظريات إعلامية معاصرة، حتى أصبحت تلك المواءمة علامة فارقة في نجاح الدعوات المعاصرة من فشلها، ولا بد أن يكون لهذا الدين مدافعون ومناصرون عن أحقيته لقيادة البشرية، يوضحون ويجلون وينقون صورة هذا الدين، وهم من بأيديهم ثباته ورسوخه في القلوب، وعليه يحاولون ليلا ونهارا تجلية ما اعترى واعترض الإعلام الدعوي من ضبابية مقصودة جاء بها من يريد إضاعة السائرين، على طريق الصواب، وإدامة التيه للسائلين عن الحقيقة من الأفعال والشرائع والأحكام والمواقف، وهم أكثر من غيرهم مطالبون بهذا التحديث والتجديد للخطاب الدعوي وأدواته المعاصرة، فلله الحمد أن أوجد من عباده من يقوم بهذه المهمة وإن كانت قاصرة عن بلوغ قمة المأمول لكن إرادة الله جعلت النقصان من علامات العباد ولأجله قال تعالى: ﴿وفي ذلك فليتنافس المتنافسون﴾.



غداد - الأعظمية - مقابل المقبرة الملكية

في دار الكتب والوثائق ببغداد 1180 لسـ 2021 ـنة